



EL COMERÇ A
BARCELONA
2003

Índex

Presentació	6
Síntesi	8
El sector terciari a Barcelona	10

El Comerç

1. Ocupació	14
2. Facturació	16
3. Producte Interior Brut	18
4. Observatori del Comerç	19
5. Caracterització econòmica del comerç majorista	20
6. El comerç minorista	25
7. El comerç majorista	36
8. Valoració qualitativa del comerç	42
9. Eixos Comercials	55
10. Promoció del comerç	
10.1. El premi "Barcelona, la millor botiga del món"	57
10.2. Atles comercial de Barcelona	59
10.3. La campanya de promoció del comerç	60

10.4. Web de comerç	60
10.5. Promoció del comerç als districtes	61
10.6. Mapic, Fira internacional professional d'implantació comercial i de la distribució	68
11. Els mercats municipals	69
12. El comerç electrònic	76
13. Barcelona, ciutat de compres internacional	80

Els serveis	86
-------------------	----

Tendències i perspectives	94
---------------------------------	----

Annex I. Comerç minorista 2003	99
Annex II. Comerç minorista per barris 2003	105

Annex III. Comerç majorista 2003	161
Annex IV. Comerç majorista per barris 2003	169

Annex V. Serveis 2003	251
Annex VI. Serveis per barris 2003	259

PRESENTACIÓ



Barcelona és avui una de les grans ciutats d'Europa on el comerç, amb una oferta àmplia, competitiva i de qualitat, és un element fonamental.

L'activitat econòmica que té lloc a les grans urbs genera un seguit de dades, percentatges i valoracions econòmiques que fan que, de vegades, es perdi de vista la tasca de les persones que realitzen l'activitat i la satisfacció de les persones que la reben. El futur de les grans ciutats passa per humanitzar-les i fer-ne un espai on les persones puguin relacionar-se amb plena llibertat i gaudir d'una bona qualitat de vida.

El comerç de proximitat a Barcelona, amb el seus centres comercials a cel obert, ha ajudat a configurar una ciutat molt més humana i molt més propera a la ciutadania, en facilitar que les persones que treballen o viuen en un barri tinguin al seu abast tots els productes i serveis necessaris per al consum quotidià, sense haver de fer grans desplaçaments.

Barcelona aposta clarament per un model de ciutat acollidora on els carrers i les places públiques són un lloc de trobada en els quals la gent es relaciona i conviu en harmonia i pot passejar i comprar.

L'Informe de Comerç de Barcelona de l'any 2003 posa en les nostres mans les dades de l'evolució del comerç urbà, que reflecteixen l'esforç que duen a terme els comerciants de la nostra ciutat per oferir un comerç de qualitat a tots els ciutadans i ciutadanes de Barcelona, i a totes les persones de l'àrea metropolitana i d'altres països que ens visiten al llarg de l'any.

JOAN CLOS
Alcalde de Barcelona

PRESENTACIÓ



Per sisè any us presentem l'informe de comerç de la nostra ciutat amb l'actualització de les dades principals de l'activitat econòmica i una anàlisi de l'evolució del sector terciari a Barcelona durant l'any 2003.

La ciutat és principalment un espai pensat i estructurat per al benestar de totes les persones que hi viuen i hi treballen, sense oblidar el col·lectiu important de persones que a diari visiten la nostra ciutat per anar a comprar o bé com a turistes.

Aquest espai de relacions socials, culturals i econòmiques està condicionat per l'estructura urbana de la ciutat, la qual fa que sigui més o menys fàcil articular de manera satisfactòria la integració de les persones al seu entorn més pròxim, el barri, i donar resposta a les necessitats que genera la vida en la ciutat, és a dir, el consum de productes i serveis.

Barcelona de la mà del seu comerç s'ha consolidat com una ciutat de compres internacional. Aquest últim exercici, el creixement mitjà de la ciutat, que ha passat del 15,13% de participació sobre el total estatal al 16,07%, ha estat superior al de la resta de l'Estat.

Una dada important que cal ressenyar ha estat el volum de negoci del sector durant l'any 2003 que ha ascendit a 32.664 milions d'euros, cosa que representa un increment del 5% en el comerç minorista i un 6,7% en el comerç majorista.

Com queda reflectit en aquest informe, el comerç de proximitat hi té un paper important com a element de cohesió social ja que facilita a través dels seus comerços i botigues, les relacions socials, culturals i econòmiques que fan de Barcelona la ciutat viva i emprenedora que coneixem.

Vull aprofitar l'oportunitat que m'ofereix la presentació d'aquest informe per adreçar-me a totes les persones relacionades amb el món del comerç per agrair-los l'esforç que fan des dels diferents àmbits d'actuació per consolidar una oferta comercial completa i de qualitat per a tota la ciutat, i encoratjar-les a continuar treballant conjuntament amb il·lusió per al futur de Barcelona i del seu comerç.

JORDI PORTABELLA
Segon Tinent d'Alcalde
Regidor de Comerç

SÍNTESI

1. **EN ELS DARRERS VUIT ANYS, ELS SERVEIS HAN GUANYAT 188.500 NOUS AFILIATS A LA CIUTAT**, el que suposa un increment del 37,5%, i pel que fa als treballadors en el comerç l'augment és d'uns 26.000 assalariats, és a dir, un 24%.
2. **EL VOLUM DE NEGOCI DEL SECTOR COMERCIAL A BARCELONA HA ASCENDIT** l'any 2003 a 32.664 milions d'euros, el que suposa un creixement del 5% per part del comerç minorista i un 6,7% del comerç majorista.
3. **EL PRODUCTE INTERIOR BRUT DEL SECTOR COMERÇ** es va incrementar en un 6,4% a Barcelona, el que representa un 2,8% net d'increment. L'activitat comercial segueix aportant aproximadament un 14% del PIB total generat a la ciutat.
4. **CONSOLIDACIÓ DE BARCELONA COM A UNA DE LES DESTINACIONS MÉS ATRACTIVES D'EUROPA EN L'ÀMBIT DEL TURISME URBÀ**. Durant l'any 2003 va experimentar un increment del 7,5% del nombre de visitants i del 4,7% de pernoctacions.
5. **LA LOGÍSTICA, UNA ACTIVITAT EMERGENT, CONVERTEIX EL SECTOR MAJORISTA EN UN SECTOR DE FUTUR**. La logística inclou emmagatzematge, distribució i transport, augmentant la seva relació amb el sector terciari, i Barcelona ja té un volum d'activitat significatiu en aquest àmbit, a més, s'està treballant per convertir Barcelona en el principal "hub" logístic del Mediterrani i el sud d'Europa.
6. **ELS SECTORS DEL COMERÇ MINORISTA** amb més presència a la ciutat són, el sector de l'alimentació, amb un 32% i 11.577 llicències, seguit del sector tèxtil, calçat i pell amb un 19%, que suposa 6.960 llicències i en un interval molt reduït comparteixen la tercera posició dos sectors, el sector d'altres (joguines, esports, rellotgeria, antiguitats, grans magatzem, hipermercats i altres), amb un 14% i 4.989 llicències i el sector de parament de la llar amb un 13% i 4.864 llicències.
7. **EL COMERÇ MAJORISTA**, l'any 2003, ha mantingut la línia d'estabilitat marcada pels anys anteriors, l'augment percentual del 0,27 manifesta aquesta fermesa. Si bé la superfície ha manifestat un lleuger descens percentual del -1,23, no és significatiu d'un canvi substancial.
8. **EL GRAU DE SATISFACCIÓ RESPECTE DELS HORARIS COMERCIALS** és de 7,7 de mitjana, molt similar al d'anteriors consultes. En concret un 32,0% està molt satisfet, un 49,0% bastant, un 14,4% regular i un 4,1% insatisfet.

9. **EL TIPUS D'ESTABLIMENT ON MILLOR SE SENTEN ATEOS ELS BARCELONINS SÓN LA BOTIGA DE BARRI** i la botiga especialitzada, amb un 52,9%, augment significatiu durant l'any 2003, i, en ordre decreixent, seguirien el mercat municipal (18,9%), el supermercat (14,3%), els grans magatzems (4,3%), els centres comercials (2,9%) i l'hipermercat (1,6%).
10. **AUGMENT PROGRESSIU DE LA COMPRA PER INTERNET**, un 16,6% dels consultats han comprat en alguna ocasió per internet, la majoria de forma ocasional, més els homes que les dones i en la franja d'edat entre els 16 als 44 anys i d'alt nivell d'estudis. L'augment en relació al desembre de l'any 2001 ha estat de 7 punts, del 9,6% al 16,6%.
11. **EL MODEL DELS EIXOS COMERCIALS URBANS** a cel obert ha contribuït a enfortir un tipus de comerç molt consolidat a Barcelona, el comerç de barri. A través de plans de dinamització conjunta coordinen les seves activitats els establiment que formen part de l'eix i, per tant, s'ofereix al ciutadà una oferta comercial continuada, plural i competitiva, situada al seu propi barri.
12. **BARCELONA VA ASSISTIR A LA FIRA DELS CENTRES COMERCIALS MÉS IMPORTANT D'EUROPA, MAPIC**. Per segon any consecutiu l'Ajuntament de Barcelona va mostrar un stand on es va presentar la realitat comercial de la nostra ciutat, amb els seus 17 eixos comercials com una alternativa als centres comercials tancats.
13. **L'ATLES COMERCIAL DE BARCELONA** el primer Atles comercial urbà que es publica. Barcelona ha sigut la primera ciutat que confecciona i publica un Atles Comercial amb la col·laboració de la Universitat de Barcelona i la Cambra de Comerç de Barcelona. Pretén donar a conèixer els orígens i l'actual comerç barceloní, quedant constància del paper tan important que ha tingut i té aquest sector a Barcelona. Aconsegueix donar la màxima informació existent i amb una diversitat de punts de vista dels 28 autors diferents que han col·laborat en la seva realització.
14. **L'INSTITUT MUNICIPAL DE MERCATS TÉ COM A OBJECTIU DOTAR ELS BARRIS DE MERCATS QUE SIGUIN VERITABLES EIXOS AGLUTINADORS DE LA VIDA COMERCIAL I SOCIOCULTURAL**. D'aquesta manera, es recupera el seu protagonisme per la via de reforçar-ne els valors més apreciats i característics: el producte fresc i el tracte personalitzat, reforçats per l'aparició de noves activitats, com ara la restauració, la cultura i l'oci.
15. **L'ANY 2003 HA CONSOLIDAT BARCELONA COM A CIUTAT DE COMPRES INTERNACIONAL. EL LIDERAT DE LA CAPITAL CATALANA DINS DE L'ESTAT ESPANYOL ES VEU REFORÇAT ANY RERE ANY**. Aquest últim exercici el creixement mig de la ciutat ha estat superior al de la resta de l'estat, de manera que la participació de Barcelona sobre el total estatal ha passat del 15,13 % al 16,07%.

EL SECTOR TERCIARI A BARCELONA

La participació del terciari en l'activitat econòmica a Barcelona continua augmentant i es consolida el procés d'especialització en activitats terciàries a la ciutat, d'acord amb els diferents indicadors disponibles al respecte.

En aquest concepte tant ampli de sector terciari es fa referència tant a activitats de caràcter emergent, d'elevada productivitat i amb un elevat contingut en coneixement (l'anomenat terciari emergent), com a les de naturalesa més tradicional. Aquesta dues categories sectorials determinaran a la llarga l'estructura productiva de la ciutat i quins seran els sectors que constituïran el nucli i el potencial econòmic futur.

Pel que fa al primer apartat, la ciutat continua apostant per les activitats més denses en coneixement, amb una sèrie de projectes urbanístics, que ja estan en marxa, i que han de tenir continuïtat als propers anys. Al darrer exercici, s'ha superat la certa frenada que aquestes activitats van experimentar els dos anys anteriors, i que va tenir un abast internacional, com ho mostra el fet que l'ocupació a la ciutat, en aquestes activitats, ha augmentat un 3%, més del doble del que ho fa el conjunt de l'economia, el que entre altres coses, suposa que els sectors més directament relacionats amb les tecnologies de la informació i el coneixement (TIC), han dut a terme el necessari procés de reajustament de les seves expectatives empresarials i de la dimensió del seu negoci. La ocupació del conjunt de sectors que anomenem emergents s'aproxima força al 30% dels treballadors de la ciutat, d'acord amb les dades de l'afiliació a la Seguretat Social. Dins d'aquest grup de branques productives, cal remarcar el favorable comportament de la recerca i el desenvolupament, els serveis personals i les activitats medioambientals. En nombre absolut, tant en activitat com en ocupació, es manté la preponderància dels serveis a les empreses en el teixit econòmic barceloní.

En el segon conjunt d'activitats terciàries, les de caire més tradicional, cal remarcar la bona dinàmica de l'hostaleria, lligada a la consolidació de la ciutat com a plaça turística, mentre que el comerç i els transports experimenten un lleuger alentiment.

En termes de nombre d'empreses, l'evolució dels expedients de l'Impost d'Activitats Econòmiques (IAE) al terciari (excloent el comerç) mostra un ritme lleugerament expansiu.

EL SECTOR TERCIARI A BARCELONA

La branca del terciari amb una dinàmica més positiva ha estat també la relativa als serveis a les empreses, directament vinculada amb el terciari més avançat i que veu augmentat en més d'un 6% el seu nombre de llicències.

Pel que fa al comerç, el del detall experimenta un cert retrocés, mentre que les corresponents al sector majorista augmenten lleugerament. Que potser s'explica per la influència que pot haver tingut en el nombre d'expedients registrat l'eliminació d'aquest impost en els trams més baixos de facturació.

L'any 2003, l'evolució del comerç, en termes d'establiments, cal interpretar-les, com en les oscil·lacions en l'ocupació, en un context d'evolució a mig termini determinat per l'estabilitat, després que l'any anterior l'activitat comercial va experimentar un repunt que sembla haver-se compensat en part aquest any.

El sector serveis i el comerç en xifres

Tant en termes de llocs de treball localitzats com del nombre de llicències d'IAE, el sector terciari a Barcelona té un pes superior al 80% de l'economia de la ciutat, fet que assenyalava inequívocament l'elevat grau de tercerització que presenta l'economia barcelonina.

El sector de la distribució (tant majorista com minorista), suposa prop d'un 20% dels afiliats a la Seguretat Social de Barcelona en el sector serveis. Tot i l'augment sistemàtic dels serveis, aquest pes s'ha mantingut més o menys estable en els darrers anys, amb una lleugera tendència a la baixa. Com es sabut, la branca amb un major pes és a distància, la de serveis a les empreses, que com ja s'ha esmentat concentra un ampli espectre d'activitats, moltes d'elles plenament assimilables a la noció de "terciari avançat" (publicitat, disseny, serveis professionals de diferent naturalesa), o d'altres de caràcter més tradicional (neteja i vigilància). Cal afegir que aquestes activitats també creixen per la tendència de les empreses a "externalitzar" funcions que abans realitzaven dintre de la pròpia organització.

En els darrers vuit anys, els serveis han guanyat 188.500 nous afiliats a la ciutat, el que en termes percentuals suposa un increment del 37,5%. El grup que més ha aportat en aquest ascens ha estat el de serveis a les empreses, amb més de 82.000 nous afiliats, un 88,6% més que l'any 1996, accentuant el caràcter de servidor central de Barcelona. L'increment d'assalariats en el comerç ha estat rellevant en termes absoluts, uns 26.000, el que suposa en termes relatius un 24%.

EL SECTOR TERCIARI A BARCELONA

AFILIATS AL RÈGIM GENERAL DE LA SEGURETAT SOCIAL A BARCELONA EN EL TERCIARI 1996-2003

	1996	2000	2001	2002	2003	2003/1996	
						Nombre	%
COMERÇ I REPARACIONS	108.531	131.748	132.788	136.185	134.548	26.017	23,97
HOSTALERIA	32.523	42.154	42.896	44.960	46.586	14.063	43,24
TRANSPORTS I COMUNICACIONS	46.345	53.597	50.939	50.946	50.484	4.139	8,39
INTERMEDIACIÓ FINANCERA	42.285	43.027	44.624	44.094	44.005	1.720	4,07
SERVEI A LES EMPRESES I IMMOBILIÀRIES	93.496	162.876	171.544	168.835	176.380	82.884	88,65
ADMINISTRACIÓ PÚBLICA	48.448	58.541	59.631	65.480	68.040	19.592	40,44
ENSENYAMENT	33.195	42.078	43.160	43.428	43.473	10.278	30,96
ACTIVITATS SANITÀRIES, SERVEIS SOCIALS	44.035	54.504	57.057	60.450	63.118	19.083	43,34
SERVEIS PERSONALS I DOMÈSTICS	53.179	57.222	62.034	60.759	63.845	10.666	20,06
TOTAL SERVEIS	502.037	645.747	664.673	675.137	690.479	188.442	37,54

PARTIPACIÓ DE CADA SECTOR (en %)

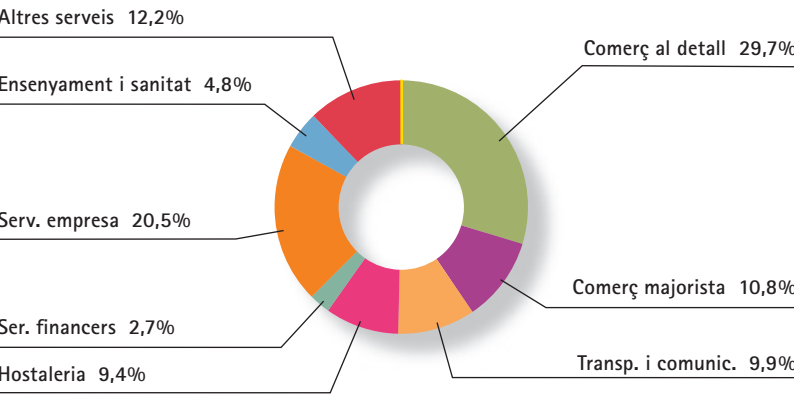
	1996	2000	2001	2002	2003	2003/1996
COMERÇ I REPARACIONS	21,62	20,40	19,98	20,17	19,49	-2,13
HOSTALERIA	6,48	6,53	6,45	6,66	6,75	0,27
TRANSPORTS I COMUNICACIONS	9,23	8,30	7,68	7,55	7,31	-1,92
INTERMEDIACIÓ FINANCERA	8,42	6,66	6,71	6,53	6,37	-2,05
SERVEI A LES EMPRESES I IMMOBILIÀRIES	18,62	25,22	25,81	25,01	25,54	6,92
ADMINISTRACIÓ PÚBLICA	9,65	9,07	8,97	9,70	9,85	0,20
ENSENYAMENT	6,61	6,52	6,49	6,43	6,30	-0,32
ACTIVITATS SANITÀRIES, SERVEIS SOCIALS	8,77	8,44	8,58	8,95	9,14	0,37
SERVEIS PERSONALS I DOMÈSTICS	10,59	8,86	9,33	9,00	9,25	-1,35
TOTAL SERVEIS	100	100	100	100	100	

EL SECTOR TERCIARI A BARCELONA

Pel que fa al nombre d'empreses, de les llicències donades d'alta a l'IAE corresponents al sector serveis, el 40,5% pertanyen a activitats comercials, no cal insistir sobre la significació d'aquesta xifra. La major part d'aquestes empreses unes 40.000 en termes absoluts, corresponen a la branca minorista i més de 14.000 a la majorista. En nombre d'assalariats –i com ja s'ha comprovat– les diferències són menors, el que posa en evidència una dimensió mitjana –entesa com a nombre de treballadors per empresa– dels establiments minoristes molt menor que els de l'engròs, i també que les del conjunt de l'activitat de caràcter terciari.

En nombre d'activitats registrades, el comerç minorista segueix superant als serveis a les empreses, encara que en termes de dinàmica la situació és força diferent: mentre que les llicències per activitats del comerç al detall s'han mantingut els darrers anys estabilitzades, amb una lleugera tendència a la baixa, les relatives a serveis a les empreses experimenten un increment intens, amb concordança amb el que ha succeït en el cas dels llocs de treball localitzats a la ciutat. Aquesta situació remarca de manera inequívoca la coneguda tendència a l'especialització de la ciutat en aquestes activitats i un important i ininterromput volum de creació d'empreses en aquesta branca, seguint les pautes de les economies més avançades.

DISTRIBUCIÓ DE LES ACTIVITATS ECONÒMIQUES EN EL TERCIARI A BARCELONA L'ANY 2003 (en %)



El nombre de llocs de treball localitzats a Barcelona al comerç es situa en unes 158.600 persones, molt a prop de les dades dels darrers anys.

El nombre de treballadors per compte propi al comerç, ascendeix a 34.343 persones, pràcticament el mateix nombre que l'any anterior, el que referma la noció d'estabilitat en l'ocupació del sector. Entre els autònoms, té lloc un lleuger increment dels que treballen en la branca majorista. Els ocupats per compte propi en el sector comercial suposen pràcticament un 30% del total que treballen a Barcelona, constituint la principal activitat econòmica en aquest Règim d'Afiliació.

El nombre de treballadors assalariats (afiliats al Règim General de la Seguretat Social) ha ascendit aquest any a 124.311 persones, el que suposa uns 2.000 menys que l'any anterior, el que en termes percentuals representa un descens del 1,8%. L'evolució, lleugerament contractiva d'aquest any, cal inscriure-la en un context de moderades oscil·lacions anuals en l'ocupació del sector, que mostra una tendència de la qual la principal característica és l'estabilitat.

AFILIATS A LA SEGURETAT SOCIAL EN EL COMERÇ A BARCELONA / 4t trimestre 2003

	Règim General	Variació 2003/2002	Autònoms	Total	Variació 2003/2002
Comerç minorista*	68.340	-0,93	24.489	92.829	-0,97
Comerç majorista	55.971	-2,89	9.854	65.825	-2,10
Total comerç	124.311	-1,82	34.343	158.654	-1,44

* Inclou petites reparacions, no les relatives a vehicles de motor.
Font: elaboració de la Direcció de Serveis d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona, amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Dintre del conjunt d'afiliats, que inclou tant al Règim General com el d'Autònoms, de la Seguretat Social, s'observa una evolució més feble dels ocupats al comerç majorista, el que suposa un canvi en la situació dels darrers anys, amb una evolució creixent i sistemàtica d'aquest subsector. Els importants canvis en la composició interna de la distribució majorista poden explicar aquesta variació.

PES DE LA POBLACIÓ OCUPADA EN EL COMERÇ (%)

Unió Europea	Espanya	Catalunya	Barcelona
16,0*	15,8	18,4	16,3

Font: elaboració de la Direcció de Serveis d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació, amb dades de l'EPA, INSS i Ajuntament de Barcelona
* El Llibre Blanc del Comerç aportava la xifra global de 21,5 milions de persones ocupades al sector de la distribució a escala comunitària.

La participació de l'ocupació en el sector comercial sobre el total de la ciutat continua per sobre del 16%, un pes altament significatiu, si bé aquest exercici registra una disminució de mig punt, en passar del 16,8 al 16,3%, degut a l'apreciable dinamisme que hi va haver l'any 2003 en el conjunt de l'ocupació a la ciutat. Aquest pes és superior al que es registra a Espanya i a Europa, però continua per sota del de Catalunya, amb menor participació d'altres sectors productius, i on en conseqüència la presència del petit comerç segueix essent especialment rellevant.

El volum de negoci del sector comercial a Barcelona ha ascendit l'any 2003 a 32.664 milions d'euros, el que suposa més de 5,4 bilions de pessetes.

Malgrat que la taxa de variació de la facturació al comerç és molt similar a la de l'any 2002, en termes reals s'ha produït una acceleració, ja que la inflació a l'any 2003 va ser inferior a la de l'any anterior.

D'aquest total, més del 70% correspon al comerç a l'engròs i va lligat a la progressiva variació de l'estructura del comerç, quan les xarxes de distribució han esdevingut més àmplies i complexes.

FACTURACIÓ DEL COMERÇ A BARCELONA 2003 / En milions d'euros

	Barcelona	Catalunya
Comerç minorista	9.454	31.617
Comerç majorista	23.210	69.285
Total comerç	32.664	100.902

Font: elaboració de la Direcció de Serveis d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona, amb dades de "Encuesta Anual de Comercio 2002" de l'INE.

El sector minorista ha crescut prop del 5%. Com ve essent habitual, la facturació del sector a l'engròs ha superat aquesta variació fins a registrar un augment del 6,7%. Fet que lliga amb l'evolució de la població ocupada al comerç detallista i a l'extensió ja esmentada de les xarxes de distribució, que afecta favorablement a la facturació del comerç a l'engròs.

FACTURACIÓ DEL COMERÇ A BARCELONA 2003 / En milions d'euros

	Barcelona	Var 2003/2002 en %
Comerç minorista	9.454	4,9
Comerç majorista	23.210	6,7
Total comerç	32.664	6,2

Font: elaboració de la Direcció de Serveis d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona, amb dades de "Encuesta Anual de Comercio 2002" de l'INE.

Com a punt de referència de la marxa general del sector, cal tenir en compte el bon comportament de l'índex de vendes general a Catalunya, que puja un 7,4% a preus corrents (l'any anterior ho feia un 6,3%), i que també la despesa en consum de les llars catalanes, en preus constants, va augmentar el 2003 un 2,8%, front al 2,2% del 2002.

El producte interior brut del sector comerç es va incrementar en un 6,4% a Barcelona durant el 2003, el que representa un increment del 2,8% un cop descomptada la inflació. L'activitat comercial segueix aportant aproximadament un 14% del PIB total generat a la ciutat, constituint una aportació valuosíssima a l'activitat econòmica que s'hi realitza.

Aquest any, el comerç ha mantingut un dinamisme superior al d'altres branques del terciari, recolzat en la notable fortalesa del consum de les llars. Efectivament, després d'un període marcat per la incertesa i l'alentiment de l'activitat, el 2003 s'ha caracteritzat per la recuperació de les expectatives i la reactivació de la creació d'ocupació, que a la ciutat de Barcelona ha superat per primera vegada el milió de persones. Aquesta situació, junt amb la persistència de tipus d'interès baixos, ha impulsat les decisions de despesa de les famílies, com ho mostra –per exemple– el significatiu creixement de la matriculació de vehicles.

En el cas de Barcelona, un any més, el comportament especialment favorable del sector turístic contribueix a accentuar aquesta tendència. Efectivament, en el transcurs del 2003 la ciutat va experimentar un increment del 7,5% del nombre de visitants, i del 4,7% de les pernoctacions, quan en el conjunt de Catalunya la primera magnitud va augmentar en un 1,5% i la segona es va reduir lleugerament. La consolidació de Barcelona com a una de les destinacions més atractives d'Europa, en l'àmbit del turisme urbà, amb una posició privilegiada en alguns aspectes –com la recepció de creuers– aporta una demanda addicional significativa i creixent al sector comercial.

Cal remarcar, com a element també positiu, la moderació de la inflació, i especialment la seva evolució a la baixa en la darrera part de l'any. De tota manera, el valor de l'Índex de Preus al Consum (3,5% de mitjana anual a Catalunya i 3% en el conjunt d'Espanya) segueix sent elevat en relació als països del nostre entorn. El sector serveis influeix notablement en l'increment dels preus, i en alguns grups de despesa (com els aliments, el vestit i els hotels, cafès i restaurants), la inflació mitjana anual s'ha situat al voltant del 5%.

El sector de Promoció Econòmica, Ocupació i Coneixement, està treballant en la posta en marxa d'un Observatori del Comerç a Barcelona, com un òrgan d'informació i seguiment de la marxa de la distribució comercial amb especial atenció a nivell de la ciutat de Barcelona.

Entre les seves funcions es contempla la d'elaboració d'informes puntuals sobre els aspectes que en cada moment requereixin d'una atenció específica, així com, l'establiment de "links" i la localització d'estudis sobre consum, hàbits, preus o mercats, per a posar-los a disposició dels usuaris, a més del seguiment de les fonts estadístiques que han de permetre l'avaluació de la informació existent sobre el tema, la convocatòria de reunions, seminaris i contactes amb els diferents agents interessats i la relació amb altres observatoris, especialment a nivell europeu, espanyol i català; i fonamentalment dur a terme la valoració de l'evolució del sector comercial, que permeti detectar les tendències presents, reforçar les potencialitats de desenvolupament del sector i actuar sobre els possibles problemes.

Aquest informe anual *El comerç a Barcelona*, que es ve editant des de fa cinc anys i que ha estat pioner en l'anàlisi i seguiment de les principals magnituds i indicadors del comerç a la ciutat, ha estat cobrint una part molt important del que es pretén que sigui *l'Observatori del Comerç a Barcelona*, i pot ser, en el futur, un vehicle de periodicitat anual per a fer públics els avanços en les diferents fases del projecte. Per al proper exercici es podran incloure indicadors de consum, de quota de mercat, de preus de lloguer de locals comercials, estructura comercial de la ciutat i alguns indicadors marc sobre el nostre entorn, que han de proporcionar pautes sobre l'evolució del sector a la ciutat.

Que el comerç és una part molt important de la nostra economia és un fet que no sobta ningú, però en moltes ocasions quan es parla de comerç en realitat s'està fent referència al comerç minorista. Dintre del sector de la distribució comercial les empreses es subdivideixen en tres grups: les dedicades al comerç minorista, al comerç majorista i les dedicades a la venda, manteniment i reparació de vehicles. El fet que les empreses de venda al detall siguin més nombroses, juntament amb el fet que la presència d'aquest tipus de comerç sigui més fàcil de percebre pel ciutadà, ha ajudat a que, en general, en parlar de comerç es faci referència només a aquestes, oblidant les altres dues tipologies.

PRINCIPALS MAGNITUDS DEL SECTOR COMERCIAL A ESPANYA

	Comerç majorista	Comerç minorista	Venda, manteniment i reparació de vehicles	Total
Nombre d'empreses	188.707	522.373	74.573	785.653
Volum de negoci*	312.148.914	161.064.444	89.447.933	562.661.290
Valor afegit a preus de mercat*	38.500.944	32.155.316	10.772.141	81.428.402
Personal ocupat al 30-09	1.015.273	1.621.438	369.321	3.006.032

Font: Enquesta Anual de Comerç 2002 de l'Institut Nacional d'Estadística.
* en milers d'euros.

Segons les dades de la "Encuesta Anual de Comercio" publicades recentment per l'INE, l'any 2002, a Espanya hi havia 785.653 empreses dedicades al comerç; el 66,5% de les quals eren de venda al detall, el 24% de venda a l'engròs i el 9,5% restant eren empreses de venda, manteniment i reparació de vehicles. Aquest predomini del comerç minorista també queda reflectit en les dades d'ocupació, ja que dels més de 3 milions d'ocupats que tenia el comerç l'any 2002, un 53,9% treballaven en el sector minorista, i el 33,8% en el majorista.

Tot i que el nombre d'empreses i les dades d'ocupació fan patent la rellevància del comerç minorista, el majorista va facturar el 55,5% del volum de negoci del total del comerç, mentre que la facturació del comerç al detall es situa a l'entorn del 30%.

Aquest elevat volum de facturació de les empreses majoristes dóna una primera idea de la dimensió d'aquest sector. A continuació s'analitzaran una sèrie de factors amb l'objectiu d'extreure les principals característiques del comerç majorista, i a la vegada, mostrar la creixent importància d'aquest tipus d'activitat en l'estructura econòmica actual.

Els trets més generals ens mostren que les empreses de venda a l'engròs són més grans i més productives que les de venda al detall. Una empresa majorista té 5,4 ocupats de mitjana (mentre que la minorista només en té 3) i té una productivitat de 35.543 € anuals per treballador, un 77% superior a la mitjana del comerç minorista.

PRINCIPALS COEFICIENTS DEL SECTOR COMERCIAL A ESPANYA L'ANY 2002

	Comerç majorista	Comerç minorista	Venda, manteniment i reparació de vehicles	Total
Ocupats per empresa	5,4	3,0	4,9	3,8
Productivitat (euros)	35.543,6	20.075,5	28.207,8	26.385,7
Salari mitjà (euros)	18.615,0	12.609,9	16.610,8	15.497,3
Taxa de despeses de personal	57,2	54,4	63,3	56,9
Taxa d'assalariats	83,3	67,8	83,9	76,0
Taxa d'estabilitat laboral	77,3	75,1	82,4	76,9
Taxa de participació femenina	28,9	57,1	14,5	42,3

Font: Enquesta Anual de Comerç 2002 de l'Institut Nacional d'Estadística.

El majorista neix com un simple intermediari: compra els productes directament al fabricant, els emmagatzema, i els ven al minorista. Amb aquest esquema, el client natural del majorista era el minorista, però actualment, això ja no és cert. Del total de clients de les empreses majoristes, l'any 2002, el 33,1% són minoristes, el 31,4% són empreses i usuaris professionals, i el 30,8% són productors i majoristes. Aquesta diversificació dels clients mostra que el majorista no es troba en un punt concret de la cadena productiva, sinó que està en diferents estadis, i que les seves activitats s'han fet més complexes, a la vegada que s'estenen dins el procés que va de la producció al consum.

PRINCIPALS CLIENTS EN FUNCIÓ DEL TIPUS DE NEGOCI (en percentatge sobre el volum de negoci)

	Comerç majorista	Comerç minorista
Volum de negoci	100%	100%
Consumidors finals (llars i particulars)	3,0%	93,3%
Minoristes	33,1%	2,5%
Productors i majoristes	30,8%	0,4%
Empreses i usuaris professionals	31,4%	3,6%
Sense determinar	1,7%	0,3%

Font: elaboració de la Direcció de Serveis d'Estudis d'Activitats Econòmiques i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona, amb dades de "Encuesta Anual de Comercio 2002" de l'INE.

Les característiques de l'ocupació també tenen diferències que cal considerar. D'entrada, d'acord amb l'enquesta de l'INE, un treballador d'una empresa majorista té un sou mig anual de 18.615 €, superant en gairebé 6.000 € la mitjana de la minorista. A més, el comerç majorista té una taxa d'ocupació assalariada del 86,3%, mentre que en el sector de les vendes al detall la proporció d'autònoms és molt més significativa i, en conseqüència, només el 67,8% dels treballadors són assalariats. En canvi, la taxa de participació femenina del sector minorista és del 57%, molt superior al 29% del majorista. Finalment, el 77,3% dels assalariats que treballen en el comerç majorista tenen un contracte fix, un percentatge lleugerament superior al 75,1% del comerç minorista.

Aquesta situació respon als trets diferencials que s'han enumerat fins ara; és lògic que el sector majorista, amb una productivitat més elevada, pagui uns salaris més elevats als seus treballadors, mentre que a les empreses del sector minorista, al ser més petites, s'hi troba un major nombre d'autònoms i per tant la taxa d'assalariats és força inferior. Al mateix temps, els ocupats en empreses de venda al detall treballen en relació directa amb el públic, i aquest sempre ha estat un dels camps amb major participació femenina. La taxa de temporalitat és força similar en ambdós casos, però en el comerç minorista hi ha èpoques concretes de més vendes (Nadal, rebaixes...), i la contractació de més personal per aquests dies concrets, fa que la temporalitat del sector sigui més elevada.

Un altre punt on s'observa la diferent naturalesa entre el comerç minorista i el majorista és en la distribució dels resultats d'explotació. En el cas del comerç al detall, el valor afegit al cost dels factors, és el 19,7% de la facturació, mentre que en el cas del majorista només assoleix l'11,6%. La cadena per la qual passa el producte abans no arriba al consumidor final explica aquesta diferència, ja que un producte concret pot passar per diversos majoristes, abans no arribi al minorista, i per tant, el valor afegit d'aquesta etapa queda més fraccionat entre els múltiples agents que participen en el procés de distribució.

Tant en el cas del comerç al detall com a l'engròs, aproximadament un 8% de la facturació total del sector són despeses en serveis exteriors, però la distribució d'aquestes despeses té diferències notables segons el sector. El minorista destina un 30% de les despeses a serveis exteriors, a lloguers i a cànons, mentre que en el cas del majorista, aquest percentatge es redueix fins al 12%, El mateix succeeix amb els subministres, que representen un 6% de les despeses en el cas del majorista, un percentatge que es dobla per al comerç minorista. Cal recordar que el comerç al detall disposa de molts més locals, i en molts casos no són de propietat, aquest fet explica que hagi de destinar una major proporció de la seva despesa, tant als arrendaments com als subministraments. D'altra banda, el minorista sempre intentarà situar el seu local en zones cèntriques i ben comunicades, de fàcil accés per al consumidor final, on generalment el cost d'instal·lar-se és més elevat.

DISTRIBUCIÓ DE LES DESPESES EN SERVEIS EXTERIORS EN FUNCIÓ DEL TIPUS DE COMERÇ (en percentatge sobre el total de despesa en serveis exteriors)

	Comerç majorista	Comerç minorista	Venda, manteniment i reparació de vehicles	Total
Despeses en serveis exteriors				
Recerca i desenvolupament	0,6%	0,3%	0,3%	0,5%
Arrendaments i cànons	12,0%	29,6%	16,6%	17,9%
Reparacions i conservació	6,0%	7,1%	7,6%	6,5%
Serveis de professionals independents	10,3%	9,6%	10,9%	10,2%
Transports	21,6%	6,7%	6,1%	15,3%
Primes d'assegurances no socials	2,9%	2,8%	4,2%	3,0%
Serveis bancaris i similars	1,9%	3,3%	2,6%	2,4%
Publicitat, propaganda i relacions públiques	12,9%	10,7%	20,8%	13,2%
Subministres	5,9%	12,2%	8,4%	8,1%
Altres despeses en serveis exteriors	25,8%	17,7%	22,4%	22,9%

Font: elaboració pròpia amb dades de l'Enquesta Anual de Comerç 2001 de l'INE

Tant en un cas com en l'altre, les despeses de publicitat, propaganda i relacions públiques, són superiors al 10% (10,7% de les despeses en serveis exteriors, en el cas del minorista, i 12,9% en el del majorista). En aquest cas, el percentatge de despesa no és gaire diferent, la diferència la trobem en el tipus de publicitat que necessita. La propaganda del minorista ha d'arribar al consumidor final (al ciutadà del carrer), per aquest motiu s'ha de donar a conèixer a través de publicitat en ràdio, televisió, llançant ofertes, etc. En canvi, el majorista necessita donar-se a conèixer a altres empreses, productors i minoristes, de manera que la seva despesa anirà més orientada a establir aquests contactes, com pot ser el cas de la participació en fires i convencions.

Finalment, s'observa que la despesa més important en serveis exteriors, de les empreses de venda a l'engròs, és el transport (21,6%). Aquest elevat percentatge s'explica pel fet que les empreses tenen un radi d'acció cada vegada més gran i, per tant, com més lluny estigui el client, més possibilitats hi ha de que necessitin subcontractar a altres empreses per realitzar, sinó tot el transport, almenys una part d'aquest.

A la llum de totes aquestes dades, la principal conclusió que s'extreu, és que el comerç majorista va guanyant importància dins la nostra economia. No només subministra els productes a les botigues, fent d'intermediari entre aquestes i el productor, sinó que l'activitat d'aquest productor també depèn d'altres majoristes, que li proporcionaran les matèries primes i/o els productes semi elaborats que la seva empresa necessita. Per tant, la intervenció de tota aquesta cadena de majoristes, si funciona correctament, pot ajudar a flexibilitzar i millorar l'eficiència del procés productiu; però si les condicions no són les adequades, i l'establiment de totes aquestes xarxes d'interrelació empresarial presenta dificultats, pot tenir importants repercussions en el bon funcionament de l'economia i de la seva competitivitat.

Perspectives de futur del sector majorista

Durant els últims anys, la ràpida evolució de l'estructura econòmica a nivell mundial, ha provocat que totes les empreses necessitin flexibilitzar al màxim el seu procés productiu, i per tant, tendeixen a externalitzar alguna part d'aquest procés. D'altra banda, el comerç electrònic, sobretot el B2B, segueix creixent any rere any, i per tant les empreses necessiten unes xarxes de distribució molt més complexes i extenses. Tot plegat ha causat canvis substancials en l'activitat majorista, originant l'aparició de noves branques dins el sector.

Una de les parts més importants del sector és la logística, aquesta és clarament una activitat emergent, que converteix el sector majorista en un sector de futur, a la vegada que li dona un major valor afegit. La logística inclou emmagatzematge, distribució i transport, tres components que expliquen el major valor afegit del sector, ja que cada vegada tenen menys component industrial, mentre augmenta la seva relació amb el sector terciari. D'altra banda, la necessitat de repartir les mercaderies estalviant el màxim de temps, i per tant de diners, fa que les noves tecnologies es vagin incorporant al sector de la distribució.

Precisament la logística ha de ser una de les línies de futur de Barcelona. Amb la bona situació geogràfica de la ciutat, i la concentració del port, aeroport, ferrocarril i la xarxa viària en un radi tant petit, el potencial del Port de Barcelona com a punt d'entrada i sortida de les mercaderies a Europa és innegable. Actualment la ciutat ja té un volum d'activitat significatiu en aquest àmbit i s'està treballant per convertir Barcelona en el principal "hub" logístic del Mediterrani i el sud d'Europa.

D'acord amb la metodologia seguida anys anteriors, l'anàlisi de les llicències d'IAE corresponents a l'any 2003, i l'evolució d'aquestes en els darrers anys, ens proporciona informació sobre el sector comercial a la ciutat de Barcelona i la seva repercussió en l'activitat econòmica, com veurem més endavant, la incidència d'aquest sector és molt rellevant i significativa en una ciutat com Barcelona, on el sector terciari té un grau predominant.

	2002	2003	VARIACIÓ %
LLICÈNCIES	37.053	36.363	-1,86
SUPERFÍCIE (m²)	3.434.611	3.419.880	-0.43

Font: IAE 2002 i 2003 Departament Estadística. Explotació Direcció Comerç i Consum

El comerç minorista a Barcelona durant l'any 2003 s'ha mantingut amb uniformitat i estabilitat. El nombre de llicències i superfície han disminuït lleument, però amb poca incidència en el total de l'oferta comercial de Barcelona.

Aquesta situació mostra el grau de readaptació i actualització d'una oferta comercial, que aposta per la modernització del comerç barceloní i l'adequació a les necessitats de la societat actual.

Per sectors

Analitzant per sectors, comprovem que el sector de l'alimentació segueix mantenint la major presència, amb un 32% i 11.577 llicències. Li segueixen, en segon lloc, el sector tèxtil, calçat i pell, amb un 19%, que suposa 6.960 llicències, i en un interval molt reduït, quasi comparteixen posició dos sectors, el d'altres (joguines, esports, rellotgeria, antiguitats, grans magatzem, hipermercats i altres), amb un 14% i 4.989 llicències i el sector de parament de la llar amb un 13% i 4.864 llicències.

Aquesta evolució indica l'amplia oferta comercial, que existeix a la ciutat de Barcelona, dels principals sectors comercials, sense que les variacions negatives, respecte a l'any 2002, siguin destacables ni puguin preveure un canvi significatiu.

Per altra banda, hi ha un creixement, en els últims sis anys, de dos sectors, aquest increment en el nombre de llicències és, per part del sector d'oficina i mecànica de precisió del 7,4%, amb 2.195 llicències, i en el de parament de la llar, que ha estat del 1,6%, amb 4.864 llicències.

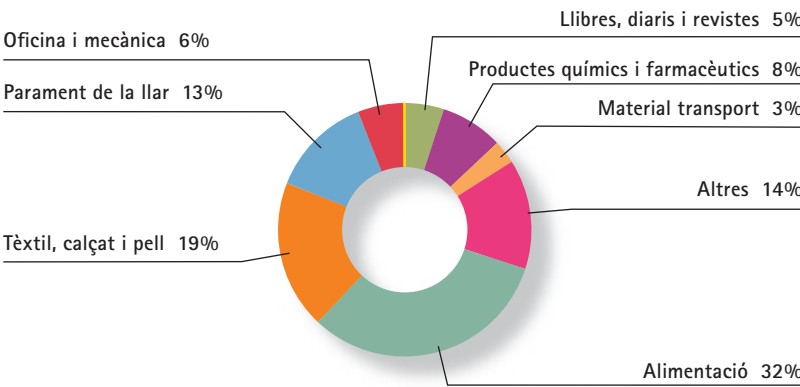
Durant aquest període podem comprovar que els sectors que més s'han reordenat a la demanda interna i els canvis en els hàbits de consum, són el d'alimentació i el de llibres, diaris i revistes.

EVOLUCIÓ NOMBRE D'ACTIVITATS COMERÇ MINORISTA

SECTORS D'ACTIVITAT	1999	2000	2001	VARIACIÓ % (2001-2000)	2002	VARIACIÓ % (2002-2001)	2003	VARIACIÓ % (2003-2002)
ALIMENTACIÓ	11.980	11.674	11.671	-0,03	11.821	1,29	11.577	-2,06
TÈXTIL, CALÇAT I PELL	7.248	7.218	7.218	0,00	7.142	-1,05	6.960	-2,55
PARAMENT DE LA LLAR	4.893	4.999	5.028	0,58	4.970	-1,15	4.864	-2,13
OFICINA I MECÀNICA PRECISIÓ	2.090	2.060	2.140	3,88	2.177	1,73	2.195	0,83
LLIBRES, DIARIS I REVISTES	2.143	2.109	2.037	-3,41	1.998	-1,91	1.941	-2,85
PRODUCTES QUÍMICS I FARMACÈUTICS	3.000	2.959	2.932	-0,91	2.901	-1,06	2.848	-1,83
MATERIAL TRANSPORT	1.061	1.027	1.020	-0,68	962	-5,69	989	2,81
ALTRES	5.077	5.147	5.130	-0,33	5.082	-0,94	4.989	-1,83
TOTAL	37.402	37.193	37.176	-0,05	37.053	-0,33	36.363	-1,86

Font: IAE 1999, 2000, 2001, 2002 i 2003 Departament Estadística. Explotació Direcció Comerç i Consum

COMERÇ MINORISTA PER SECTORS

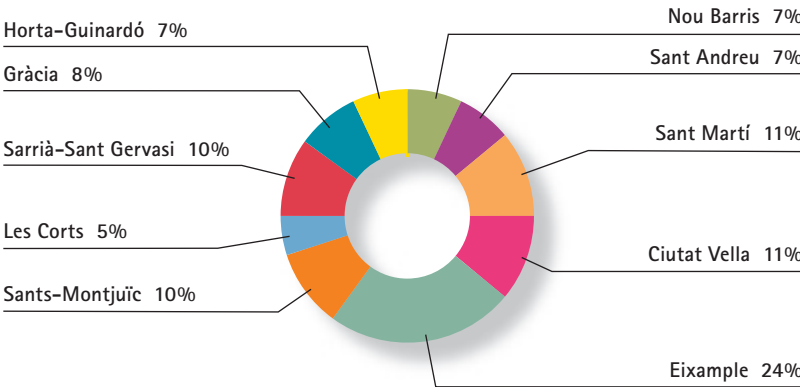


Per Districtes

L'any 2003 ha suposat una aturada en el creixement de nombre de llicències als districtes, fins el punt que alguns districtes han invertit la seva propensió, respecte l'any 2002, esdevenint negativa, com és el cas dels districtes de Les Corts, Sarrià-Sant Gervasi, Horta-Guinardó, Sant Andreu i Sant Martí.

Quant a la distribució geogràfica del comerç a Barcelona, el districte de l'Eixample segueix sent el territori de la ciutat que concentra una major oferta comercial, disposant del 24% del total de l'oferta. El segueixen els districtes de Ciutat Vella i Sant Martí (11% del total en cadascun d'ells), Sants-Montjuïc i Sarrià-Sant Gervasi, amb un 10% en ambdós casos.

COMERÇ MINORISTA PER DISTRICTES



EL COMERÇ

6. EL COMERÇ MINORISTA

LLICÈNCIES I POBLACIÓ 2003

Districtes	Població	Població %	LLicències	Llicències %	Densitat Hab./LLic.
Ciutat Vella	106.722	6,74	4.078	11,21	26
Eixample	262.044	16,56	8.771	24,12	30
Sants-montjuïc	176.080	11,13	3.529	9,70	50
Les Corts	83.627	5,28	1.746	4,80	48
Sarrià-Sant Gervasi	139.506	8,81	3.775	10,38	37
Gràcia	119.216	7,53	2.934	8,07	41
Horta-Guinardó	170.263	10,76	2.415	6,64	71
Nou Barris	166.627	10,53	2.580	7,10	65
Sant Andreu	140.850	8,90	2.496	6,86	56
Sant Martí	217.803	13,76	4.039	11,11	54
Total	1.582.738	100	36.363	100	44

Font: IAE i Demografia i Població 2003.Departament Estadística. Explotació Comerç i Consum

Pel que fa a la relació entre el nombre de llicències i la població resident, trobem que el districte de l'Eixample té una proporció molt baixa de nombre d'habitants residents per llicència, juntament amb el districte de Ciutat Vella. Aquests dos districtes recullen una afluència considerable de compradors provinents d'altres districtes i de fora de la ciutat, així com, la major part de la demanda turística.

EL COMERÇ

EVOLUCIÓ NOMBRE D'ACTIVITATS COMERÇ MINORISTA

Districtes	1999	2000	2001	VARIACIÓ % (2001-2000)	2002	VARIACIÓ % (2002-2001)	2003	VARIACIÓ % (2003-2002)
Ciutat Vella	3.987	4.103	4.209	2,58	4.137	-1,71	4.078	-1,43
Eixample	8.977	9.067	9.008	-0,65	8.963	-0,50	8.771	-2,14
Sants-Montjuïc	3.765	3.684	3.652	-0,87	3.634	-0,49	3.529	-2,89
Les Corts	1.780	1.753	1.724	-1,65	1.750	1,51	1.746	-0,23
Sarrià-Sant Gervasi	3.891	3.835	3.805	-0,78	3.850	1,18	3.775	-1,95
Gràcia	3.073	3.008	2.974	-1,13	2.957	-0,57	2.934	-0,78
Horta-Guinardó	2.683	2.546	2.479	-2,63	2.485	0,24	2.415	-2,82
Nou Barris	2.855	2.761	2.721	-1,45	2.612	-4,01	2.580	-1,23
Sant Andreu	2.407	2.435	2.481	1,89	2.519	1,53	2.496	-0,91
Sant Martí	4.029	4.001	4.123	3,05	4.146	0,56	4.039	-2,58
Total	37.447	37.193	37.176	-0,05	37.053	-0,33	36.363	-1,86

Font: IAE 1999,2000, 2001, 2002 i 2003 Departament Estadística. Explotació Direcció Comerç i Consum

En relació amb l'anàlisi dels darrers cinc anys del comerç minorista per districtes, podem veure com existeix un reajust a la baixa en la majoria dels districtes de la ciutat, sent els districtes de Nou Barris (-9,6%) i Horta-Guinardó (-10,0%), on aquesta reducció és més significativa. Per altra banda, hi han uns districtes que han trencat aquesta reducció, com són Ciutat Vella (2,3%), Sant Andreu (3,7%) i Sant Martí (0,2%), on es mostra un increment en l'oferta comercial en els últims 5 anys.

Per superfície

En relació a la superfície ocupada per les llicències de comerç minorista a la ciutat de Barcelona, segueix l'estabilitat d'anys anteriors, el decreixement és inapreciable (-0,43) al total de la ciutat. Els sectors ocupant més superfície són, com en anys anteriors i seguint el mateix ordre que per nombre de llicències, el sector d'alimentació (23%) i el d'altres (22%), seguits del tèxtil, calçat i pell i parament de la llar, tots dos amb un 17%. Al sector d'altres cal tenir en compte la varietat d'epígrafs (joguines, esports, rellotgeria, antiguitats, grans magatzems i hipermercats, maquinària i altres), i en conseqüència, una variació considerable de superfície ocupada entre els diferents subsectors.

EL COMERÇ

6. EL COMERÇ MINORISTA

Per altra banda, els sectors on la seva superfície comercial ha crescut respecte de l'any 2002 són: el de material de transport, amb 769 m² més i un creixement del 3,26%, el sector de productes químics i farmacèutics, 1.739 m² més i un increment del 0,70%, i el de l'alimentació, amb un augment del 1,78% i un volum total de 800.984 m².

En relació amb la distribució de la superfície del comerç minorista a la ciutat, el districte de l'Eixample és el que manté un nombre major de superfície, amb 953.767 m², suposant el 28% del total de la ciutat. El segueixen en volum global els districtes de Sant Martí (12% del total), el de Ciutat Vella (10% del total) i Sants-Montjuïc i Sarrià-Sant Gervasi, amb el 9% del total.

EVOLUCIÓ DE LA SUPERFÍCIE DEL COMERÇ MINORISTA (en m²)

Districtes	1999	2000	2001	VARIACIÓ % (2001-2000)	2002	VARIACIÓ % (2002-2001)	2003	VARIACIÓ % (2003-2002)
Ciutat Vella	318.873	331.064	334.852	1,14	331.570	-0,98	327.463	-1,24
Eixample	919.626	933.449	966.885	3,58	961.661	-0,54	953.767	-0,82
Sants-Montjuïc	325.249	322.780	319.620	-0,98	318.997	-0,19	318.433	-0,18
Les Corts	257.223	256.961	256.905	-0,02	261.456	1,77	258.042	-1,31
Sarrià-Sant Gervasi	306.129	307.181	307.214	0,01	304.824	-0,78	310.691	1,92
Gràcia	199.341	200.186	202.264	1,04	199.522	-1,36	203.810	2,15
Horta-Guinardó	162.629	160.408	157.415	-1,87	155.101	-1,47	152.038	-1,97
Nou Barris	194.202	194.284	197.487	1,65	193.185	-2,18	191.253	-1,00
Sant Andreu	218.497	266.713	273.865	2,68	278.619	1,74	282.929	1,55
Sant Martí	339.759	344.162	416.360	20,98	429.676	3,20	421.455	-1,91
Total	3.241.528	3.317.188	3.432.867	3,49	3.434.611	0,05	3.419.880	-0,43

Font: IAE 1999,2000, 2001, 2002 i 2003 Departament Estadística. Explotació Direcció Comerç i Consum

Finalment, l'anàlisi per districtes no mostra una relació significativa entre les evolucions de la superfície comercial i la del nombre de llicències comercials. S'observa com els districtes de Gràcia, Sarrià-Sant Gervasi i Sant Andreu, augmenten la seva superfície comercial en gairebé 2 punts percentuals de mitjana, mentre l'evolució del nombre d'activitats esdevé negativa.

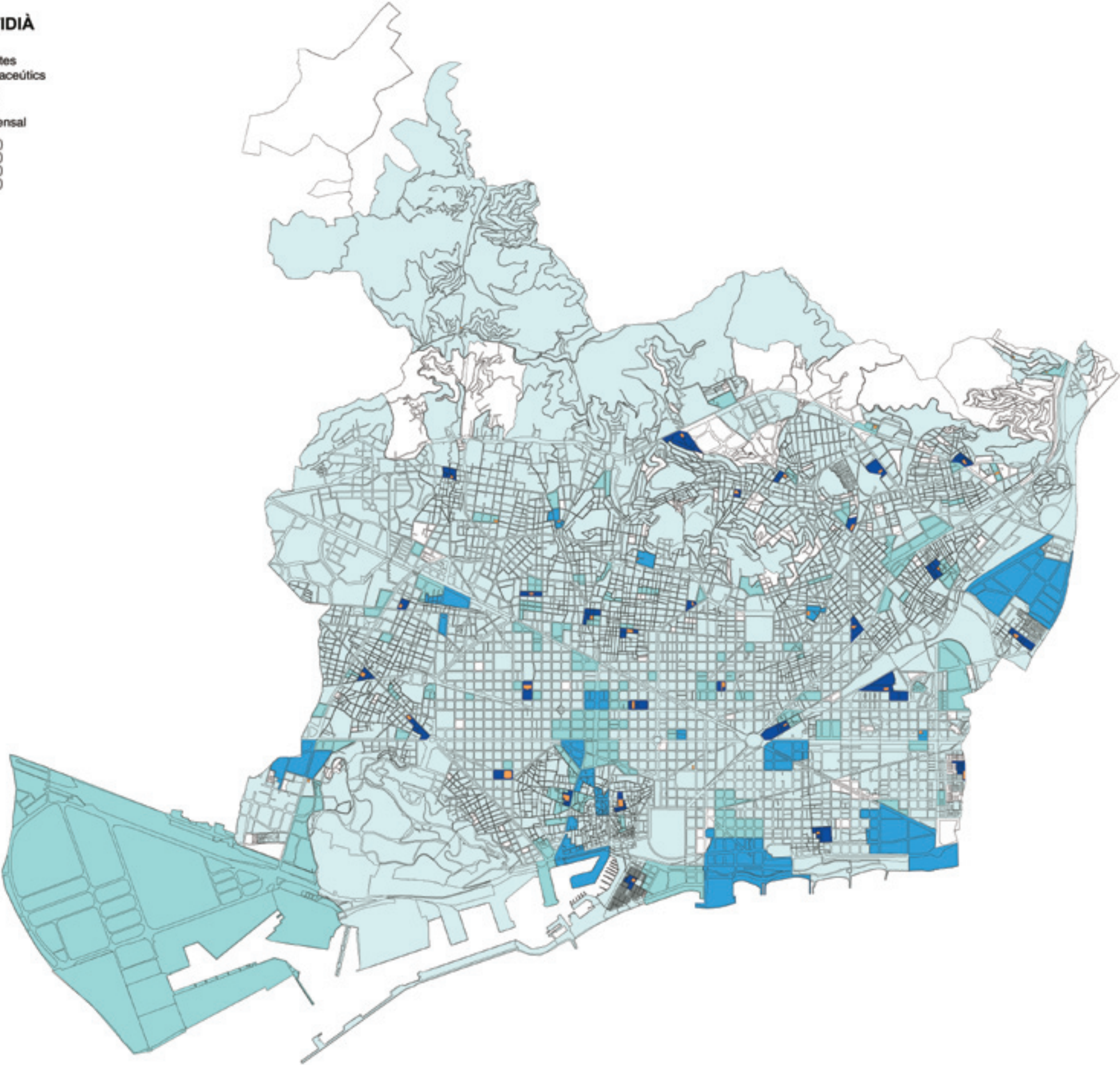
COMERÇ QUOTIDIÀ

Alimentació
Llibres, diaris i revistes
Productes químics i farmaceutics

 **MERCATS**

Llicències per secció censal

	de 1 a 15	(1666)
	de 15 a 30	(99)
	de 30 a 45	(19)
	més de 45	(28)







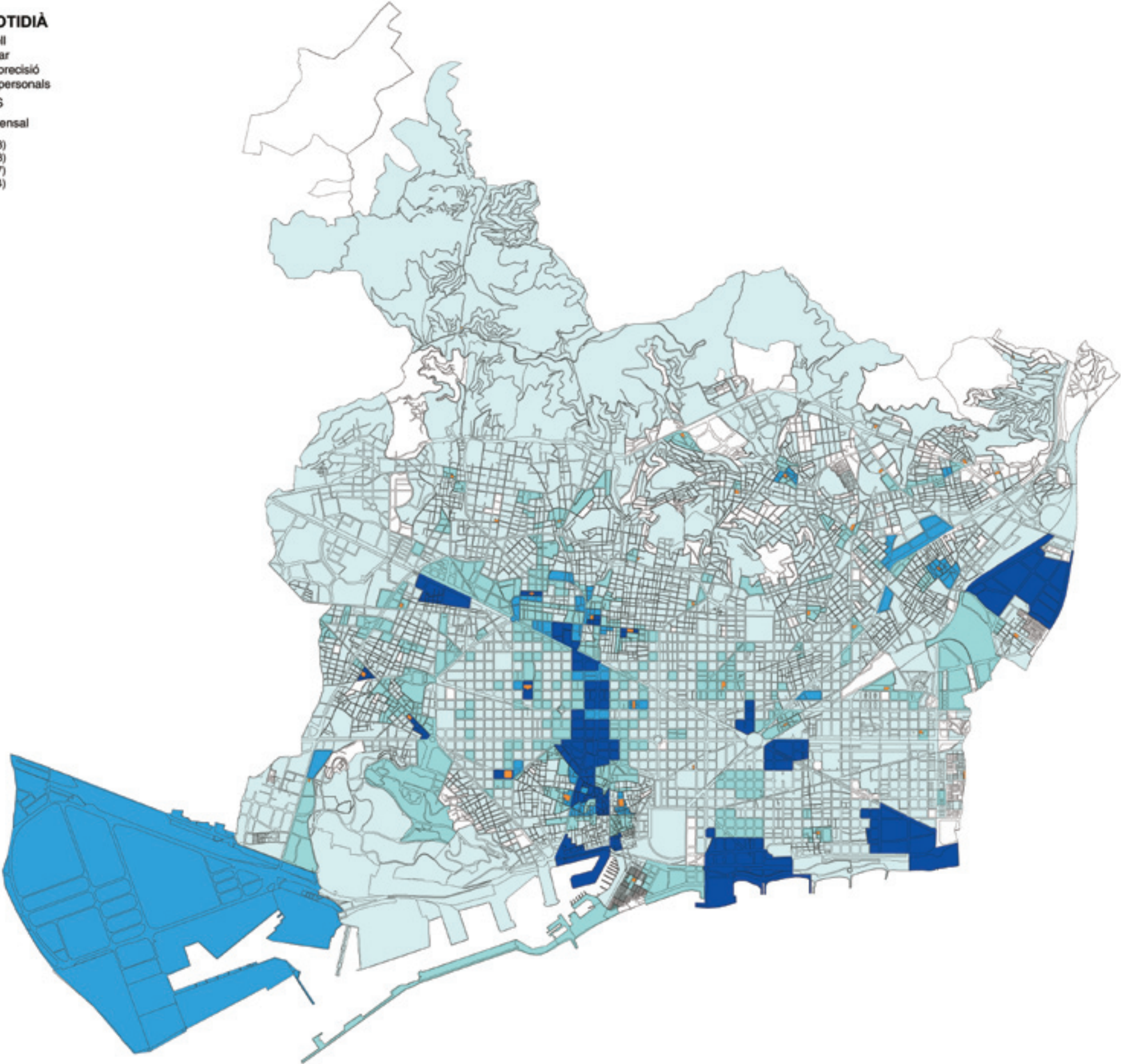
COMERÇ NO QUOTIDIÀ

Tèxtil, calçat i pell
Parament de la llar
Oficina i Mecànica de precisió
Altres serveis culturals i personals

 **MERCATS**

Licències per secció censal

	de 1 a 15	(1433)
	de 15 a 30	(243)
	de 30 a 45	(37)
	més de 45	(34)



El comerç majorista l'any 2003 ha mantingut la línia d'estabilitat marcada pels anys anteriors, l'augment percentual del 0,27 manifesta aquesta fermesa. Si bé la superfície ha manifestat un lleuger descens percentual del –1,23, no és signifi-
catiu d'un canvi substancial.

COMERÇ MAJORISTA

	2002	2003	VARIACIÓ %
LLICÈNCIES	12.658	12.692	0,27
SUPERFÍCIE (m2)	2.675.980	2.642.985	-1,23

Font: IAE 2002 i 2003 Departament Estadística. Explotació Direcció Comerç i Consum

El decreixement de la superfície ocupada vindria donat per la tendència a racionalitzar l'espai, afavorint al sector del co-
merç majorista a triar l'espai adequat quant a dimensions i la seva òptima ubicació per millorar la posterior distribució.

Per districtes

En el comerç majorista per districtes s'aprecia un lleuger descens del nombre de llicències, més remarcable als districtes de
Nou Barris, amb un descens del –1,95%, i el de Gràcia, amb un descens de –1,94%, seguits pels districtes de Ciutat Vella,
Sants–Montjuïc, Les Corts i Sant Andreu, on la disminució no és tan accentuada. Per altra banda, la resta de districtes
presenten increments significatius (Sant Martí, Horta–Guinardó, Sarrià–Sant Gervasi i, en menor mesura, l'Eixample).

Quant a la distribució per districtes, segueix essent el districte de l'Eixample qui manté la primacia a Barcelona, amb 4.004
llicències, que suposen el 32% del total de la ciutat.

Per altra banda, l'evolució dels darrers 6 anys en el total de Barcelona ha estat positiva, amb un creixement del 0,72%.
Per districtes, la meitat d'aquests mantenen un creixement (Ciutat Vella, Eixample, Les Corts, Sarrià–Sant Gervasi i Sant
Martí) i la resta de districtes, un decreixement, es destaca Gràcia amb un –6,67%, Horta–Guinardó amb un –7,52% i Nou
Barris amb un –6,52%.

EVOLUCIÓ NOMBRE D'ACTIVITATS COMERÇ MAJORISTA

Districtes	1999	2000	2001	VARIACIÓ % (2001–2000)	2002	VARIACIÓ % (2002–2001)	2003	VARIACIÓ % (2003–2002)
Ciutat Vella	908	929	914	–1,61	902	–1,31	890	–1,33
Eixample	3.894	3.941	3.934	–0,18	3.976	1,07	4.004	0,70
Sants–Montjuïc	1.814	1.791	1.764	–1,51	1.742	–1,25	1.721	–1,21
Les Corts	890	914	901	–1,42	901	0,00	890	–1,22
Sarrià–Sant Gervasi	1.573	1.590	1.579	–0,69	1.601	1,39	1.631	1,87
Gràcia	693	703	691	–1,71	671	–2,89	658	–1,94
Horta–Guinardó	537	513	495	–3,51	481	–2,83	492	2,29
Nou Barris	325	332	327	–1,51	307	–6,12	301	–1,95
Sant Andreu	634	657	666	1,37	636	–4,50	628	–1,26
Sant Martí	1.491	1.471	1.460	–0,75	1.441	–1,30	1.477	2,50
Total	12.759	12.841	12.731	–0,86	12.658	–0,57	12.692	0,27

Font: IAE 1999, 2000, 2001, 2002 i 2003 Departament Estadística. Explotació Direcció Comerç i Consum

Per sectors

La distribució per sectors d'activitats del comerç majorista, segueix els paràmetres de la disposició de l'any 2002, encap-
çalant el sector d'electrodomèstics i electrònica i el segment d'altres, el nombre de llicències, amb un 18% i 17%, respec-
tivament, seguit pel sector d'alimentació, que suposa un 15% del total de comerç majorista de la ciutat de Barcelona. Els
sectors de maquinària i tèxtil, calçat i pell, continuen representant un rol destacat a la ciutat, amb un 12% i 11% del total
de llicències, respectivament. D'aquestes xifres cal destacar que cap dels diferents segments presenta un acreixement
positiu respecte l'any 2002, produint-se un lleu decreixement del nombre d'activitats.

Superfície

En relació a la superfície ocupada per les llicències de comerç majorista, s'observa que presenta una decreixença d'un
–1,23% al total de Barcelona. Això indica que la distribució de la superfície de comerç majorista es manté estable, envers
l'any anterior. El districte de Sants–Montjuïc segueix sent el de més volum en superfície, amb 750.324 m² i un augment de
l'1,12% respecte a l'any 2002, si bé no és el districte amb més nombre de llicències, si que es caracteritza per tenir terrenys
dedicats exclusivament a aquesta especialitat del comerç, en concret el barri de zona Franca i Mercabarna, seguit pels
districtes de l'Eixample i Sant Martí, amb un 23,93% i 632.478 m² i Sant Martí, amb un 16,25% i 429.392 m².

EL COMERÇ 7. EL COMERÇ MAJORISTA

EVOLUCIÓ SUPERFÍCIE COMERÇ MAJORISTA

	1999	2000	2001	VARIACIÓ % (2001-2000)	2002	VARIACIÓ % (2002-2001)	2003	VARIACIÓ % (2003-2002)
Ciutat Vella	141.656	141.562	137.835	-2,63	138.541	0,51	134.044	-3,25
Eixample	676.388	672.835	664.070	-1,30	656.965	-1,07	632.478	-3,73
Sants-Montjuïc	820.244	766.493	763.831	-0,35	742.017	-2,86	750.324	1,12
Les Corts	150.022	149.489	148.321	-0,78	143.134	-3,50	138.488	-3,25
Sarrià-Sant Gervasi	182.460	179.650	171.740	-4,40	167.715	-2,34	166.342	-0,82
Gràcia	82.151	79.319	80.068	0,94	75.569	-5,62	66.298	-12,27
Horta-Guinardó	80.043	76.532	72.188	-5,68	71.527	-0,92	70.445	-1,51
Nou Barris	50.343	50.026	48.277	-3,50	48.280	0,01	46.174	-4,36
Sant Andreu	197.165	203.905	207.840	1,93	202.029	-2,80	209.000	3,45
Sant Martí	490.851	461.408	433.586	-6,03	430.203	-0,78	429.392	-0,19
Total	2.871.323	2.781.219	2.727.756	-1,92	2.675.980	-1,90	2.642.985	-1,23

Font: IAE 1999, 2000, 2001, 2002 i 2003 Departament Estadística. Explotació Direcció Comerç i Consum

Quant a les variacions sofertes envers a la superfície de comerç majorista de l'any 2002, el districte Sant Andreu presenta l'increment més significatiu en nombre de metres quadrats, amb un total de 6.971 m² més que l'any anterior.

Per altra banda, el districte de Gràcia representa el descens més rellevant, amb 4.499 m² menys que l'any 2002. Aquest descens està 10 vegades per sobre, percentualment, de la mitjana de la ciutat, però, en termes absoluts tan sols representa una decreixença de 13 de llicències.

Per últim, comentar, que el districte de Sant Martí ha estabilitzat el seu comportament i es recupera de la decreixença dels anys 2000-2001, que suposava un -6,42%.

EL COMERÇ

D'altra banda, en els darrers 5 anys hi ha una tendència a la disminució de terreny ocupat en el total de Barcelona, sent la decreixença de -7,38 %. Quant a districtes, tots, llevat del districte de Sant Andreu que manté un petit creixement del 0,95%, han sofert una decreixença i en alguns casos destacable, com són els districtes de Gràcia i Les Corts.

En relació amb l'evolució de la superfície per sectors, s'observa una tendència general de decreixença de la superfície comercial, encara que es produeixen excepcions en els segments d'altres i joguines, que incrementen un 5,62% i 2,68%, respectivament.

Quant a l'evolució en els darrers 5 anys, els sectors de material de construcció, el d'alimentació i el de mineral i metalls, són els que més han disminuït la seva superfície, amb un -23,32%, -19,27% i -14,66%, respectivament. Per altra banda, el sector d'altres és el que més ha augmentat la seva superfície, amb un 17,10% de creixement. La resta de sectors han disminuït la seva superfície, tot i que, no resulta un canvi substancial.

EVOLUCIÓ SUPERFÍCIE COMERÇ MAJORISTA PER SECTORS

	1999	2000	2001	2002	variació % 2002-2001	2003	variació % 2003-2002
Alimentació	509.093	442.164	426.994	415.687	-2,65	410.990	-1,13
Tèxtil, calçat pell	317.995	314.734	297.423	296.684	-0,25	287.821	-2,99
Fusta, suro, paper, arts gràfiques	220.629	218.516	210.187	203.683	-3,09	200.326	-1,65
Productes químics i farmacèutics	357.177	357.056	349.355	324.124	-7,22	318.166	-1,84
Materials construcció	89.700	77.754	71.757	74.056	3,20	68.782	-7,12
Minerals i metalls	90.938	86.798	81.351	81.078	-0,34	77.602	-4,29
Maquinària	363.324	352.008	351.975	342.688	-2,64	332.375	-3,01
Electrodomèstics, electrònica	403.579	420.900	416.643	412.518	-0,99	406.138	-1,55
Material de transport	247.398	245.461	253.465	237.515	-6,29	238.863	0,57
Joguines i esport	79.535	78.629	74.405	75.126	0,97	77.142	2,68
Altres	191.955	187.199	194.201	212.821	9,59	224.780	5,62
Total	2.871.323	2.781.219	2.727.756	2.675.980	-1,90	2.642.985	-1,23





Font: IAE 1999, 2000, 2001, 2002 i 2003 Departament Estadística. Explotació Direcció Comerç i Consum

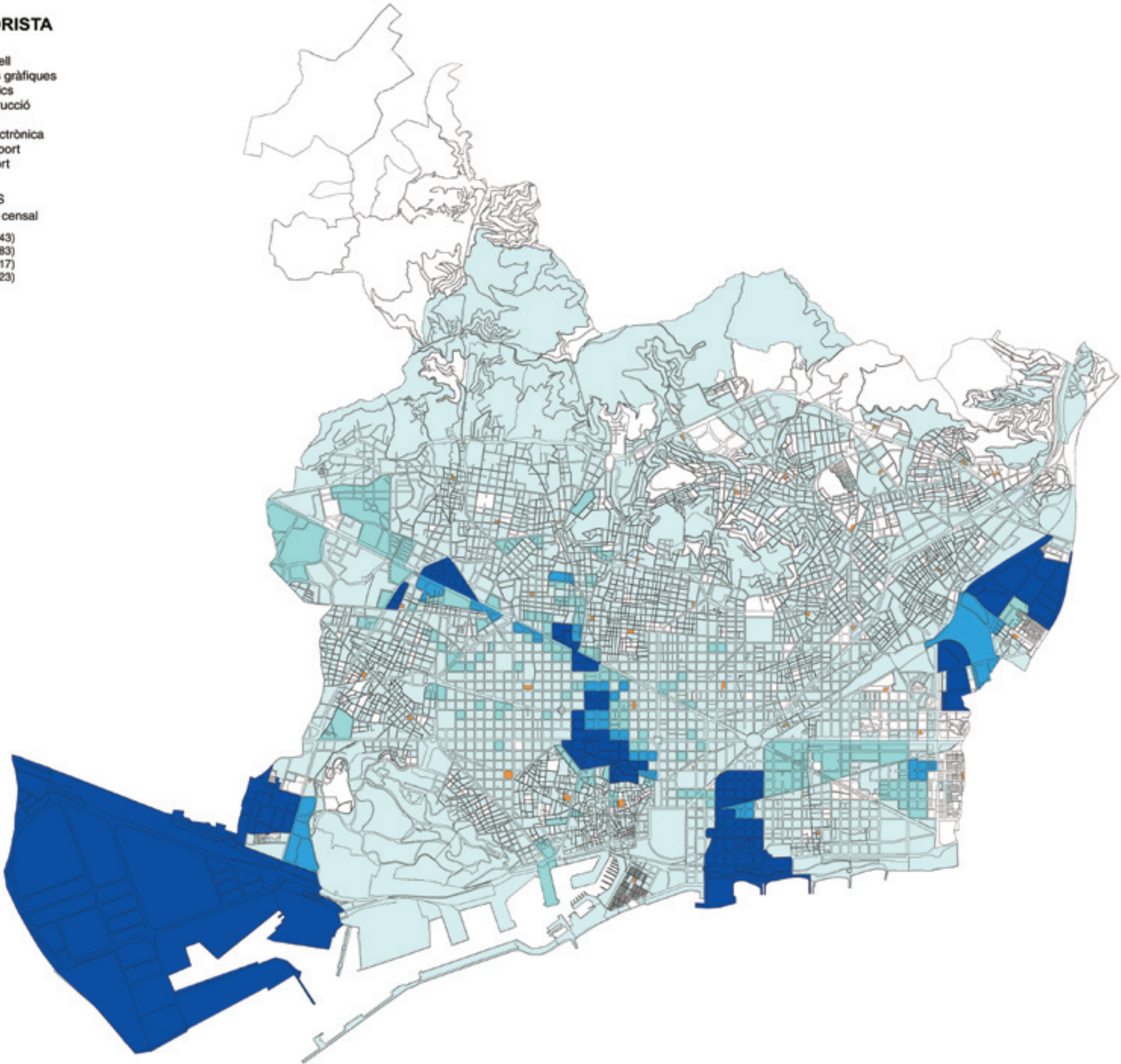
COMERÇ MAJORISTA

- Alimentació
- Tèxtil, calçat i pell
- Fusta, suro, paper i arts gràfiques
- Productes químics
- Materials de construcció
- Maquinària
- Electrodomèstics, electrònica
- Material de transport
- Joguines i esport
- Altres

 **MERCATS**

Llicències per secció censal

	de 1 a 15	(1443)
	de 15 a 30	(83)
	de 30 a 45	(17)
	més de 45	(23)



8.1. Enquesta d'opinió sobre el comerç mitjançant l'Òmnibus Municipal

Com en anys anteriors, l'Ajuntament de Barcelona, mitjançant l'Òmnibus Municipal, entrevista als ciutadans i ciutadanes de Barcelona per conèixer la seva opinió sobre el comerç a la ciutat i els seus hàbits de compra.

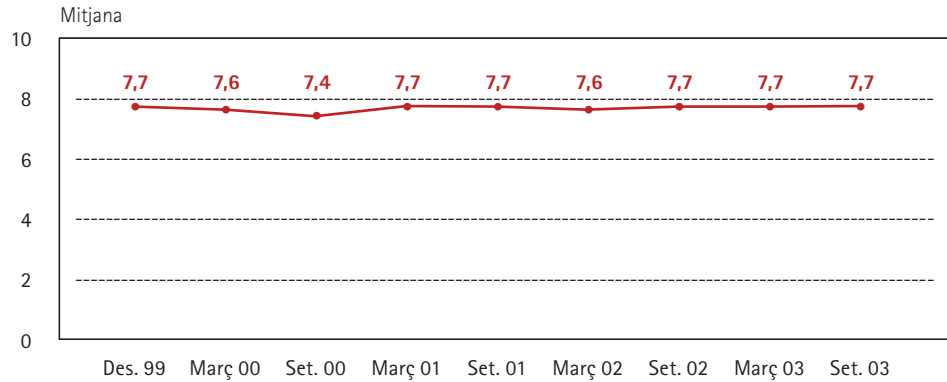
En aquest apartat s'analitza els resultats de l'enquesta, que s'efectua amb entrevistes telefòniques i en quatre períodes: març, juny, setembre i desembre, sobre una mostra entre la població de Barcelona, de 1000 entrevistes a majors de 16 anys, en cada període.

L'any 2003, un 89,3% dels entrevistats diu que fa la compra dels productes quotidians de casa seva. D'aquests, un 55,7% la fa sempre, un 17,4% sovint, un 11,7% algunes vegades i un 4,5% poques vegades.

- Quant a l'oferta comercial de Barcelona, el grau de satisfacció de les persones que realitzen la compra és de 7,7 sobre 10. Des del desembre de 1999 aquest indicador s'ha mantingut sense cap modificació a destacar.

GRAU DE SATISFACCIÓ RESPECTE L'OFERTA COMERCIAL DE BARCELONA

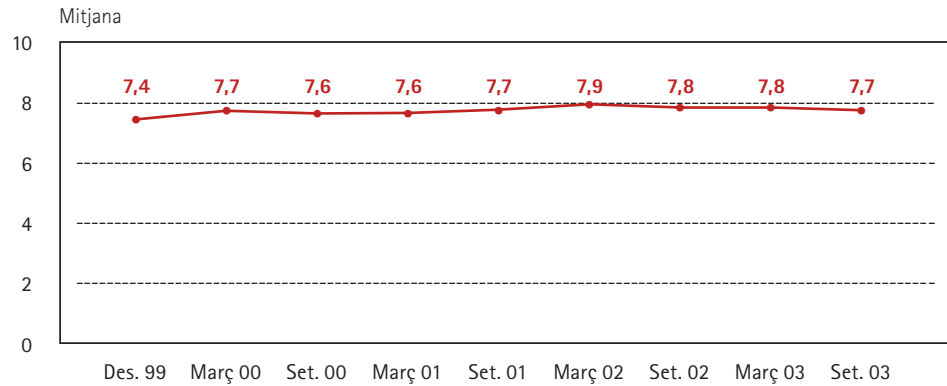
(només per als que acostumen a realitzar les compres de casa seva) (n=893)



- El grau de satisfacció respecte dels horaris comercials és de 7,7 de mitjana, molt similar al d'anteriors consultes. En concret un 32,0% està molt satisfet, un 49,0% bastant, un 14,4% regular i un 4,1% insatisfet.

GRAU DE SATISFACCIÓ RESPECTE A HORARIS DEL COMERÇ DE BARCELONA

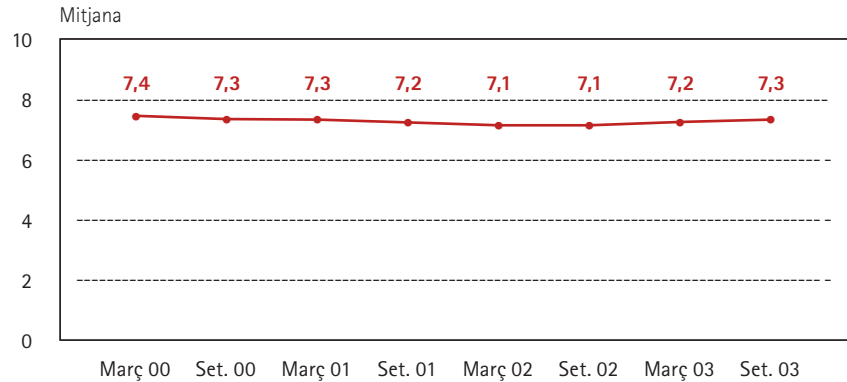
(només per als que acostumen a realitzar les compres de casa seva) (n=893)



- L'atenció personal que els consultats manifesten rebre per part dels comerciants, també se situa en un nivell alt, amb una mitjana de 7,3, amb un creixement de dues dècimes respecte al setembre de 2002. En concret, un 21,2% n'està molt satisfet, un 51,4% bastant, un 22,1% regular i un 4,8% n'està insatisfet.

GRAU DE SATISFACCIÓ RESPECTE L'ATENCIÓ PERSONAL

(només per als que acostumen a realitzar les compres de casa seva) (n=893)



EL COMERÇ

8. VALORACIÓ QUALITATIVA DEL COMERÇ

- El tipus d'establiment on millor se senten atesos els barcelonins són, la botiga de barri i la botiga especialitzada, amb un 52,9%, augment significatiu respecte al març 2003, i en ordre decreixent seguirien: el mercat municipal (18,9%), el supermercat (14,3%), els grans magatzems (4,3%), els centres comercials (2,9%) i l'hipermercat (1,6%).

EN QUIN TIPUS D'ESTABLIMENT L'ATENEN MILLOR?

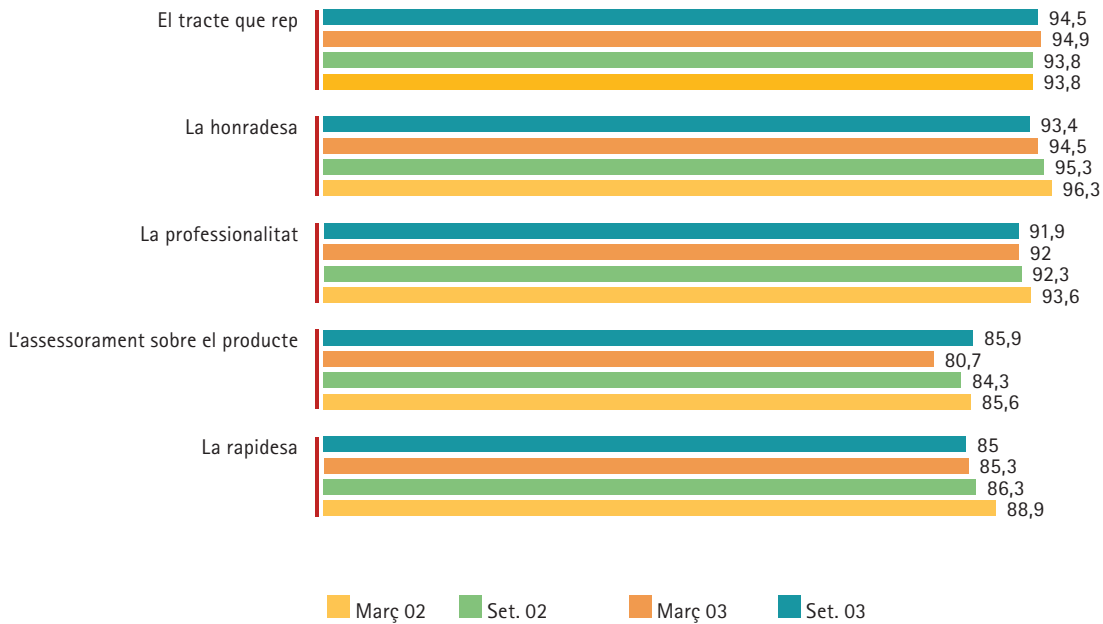
(només per als que acostumen a realitzar les compres de casa seva)

	Març 00	Set. 00	Març 01	Set. 01	Març 02	Set. 02	Març 03	Set. 03
A la botiga de barri	49,7	53,2	50,2	51,6	53,8	52,4		
A la botiga especialitzada	4,2	4,0	5,1	7,8	5,7	7,3		
A la botiga de barri / A la botiga especialitzada							42,9	52,9
Al mercat municipal	19,3	15,9	12,3	15,9	16,8	14,0	27,3	18,9
Al supermercat	16,9	16,7	16,9	11,9	13,8	14,2	19,5	14,3
A l'hipermercat	1,3	1,6	1,1	0,8	1,2	2,0	1,7	1,6
Al gran magatzem	2,5	2,6	5,7	3,6	3,1	3,7	0,9	4,3
Als grans centres comercials1,6	2,2	3,4	1,5	0,7	1,6	3,0	2,9	
Altres	0,9	1,8	2,0	5,2	1,0	2,4	1,7	1,5
NS-NC	3,5	1,8	3,3	1,8	3,9	2,4	3,0	3,7
n=	(762)	(759)	(789)	(886)	(811)	(805)	(913)	(893)

EL COMERÇ

- La bona atenció dels comerciants es tradueix en el tracte al client, la honradesa, la professionalitat, la rapidesa, i l'assessorament del producte. Aquest últim factor és el que ha crescut en la última consulta, el tracte al client és valorat de forma similar i els altres perden valor.

QUAN VA A COMPRAR COM VALORA... (MOLT I BASTANT) (setembre 03 = 893)

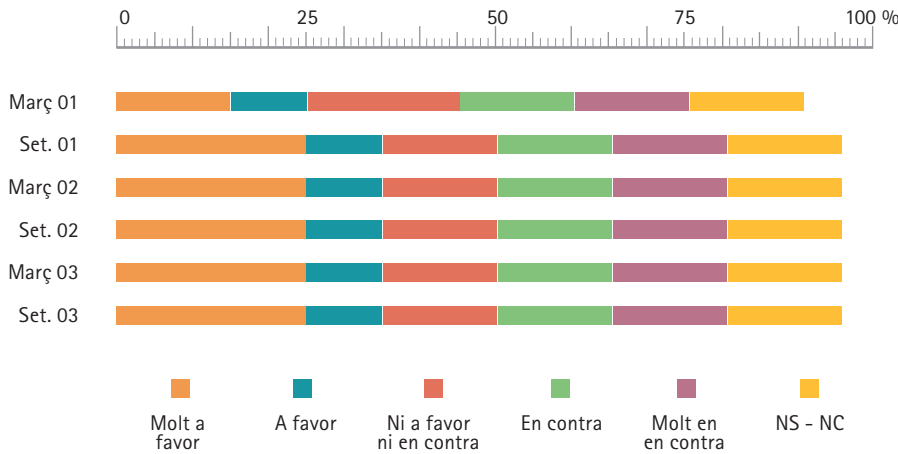


EL COMERÇ

8. VALORACIÓ QUALITATIVA DEL COMERÇ

- Quant a l'obertura dels comerços en diumenge, només un 34,1 % està a favor, d'aquesta proporció n'hi han més homes partidaris que dones i segons augmenta l'edat disminueix el nombre de partidaris. El nombre de partidaris s'ha anat mantenint amb poques variacions al llarg de les consultes realitzades. Els contraris a l'obertura es mantenen en el 45,1%.

EN QUINA MESURA ESTÀ A FAVOR O EN CONTRA DE L'OBERTURA DELS COMERÇOS EN DIUMENGE?

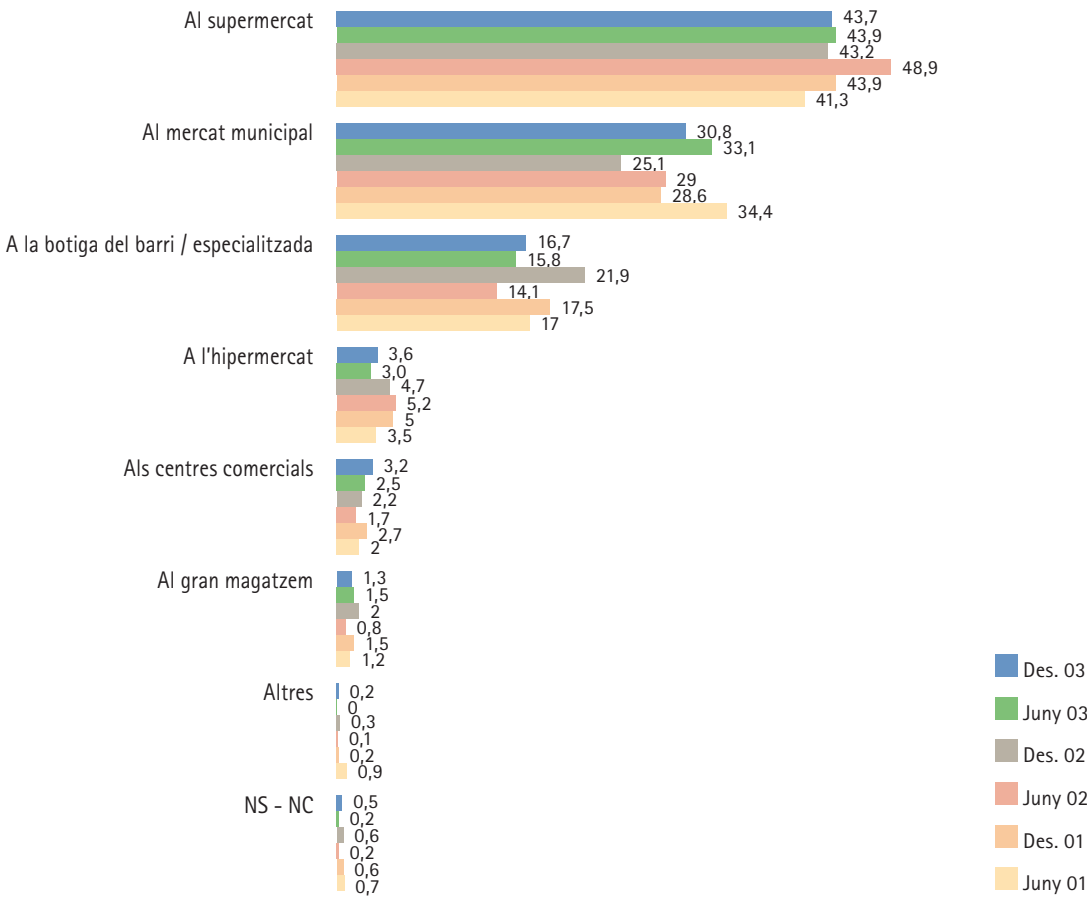


EL COMERÇ

Hàbits de compra

- Els aliments s'acostumen a comprar en primer lloc al supermercat (43,7%), seguit del mercat municipal (30,8 %) i a la botiga del barri/especialitzada (16,7%). Les dones i les persones grans van més al mercat que els homes i altres grups d'edat i els joves opten més pel supermercat.

A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR ELS ALIMENTS?



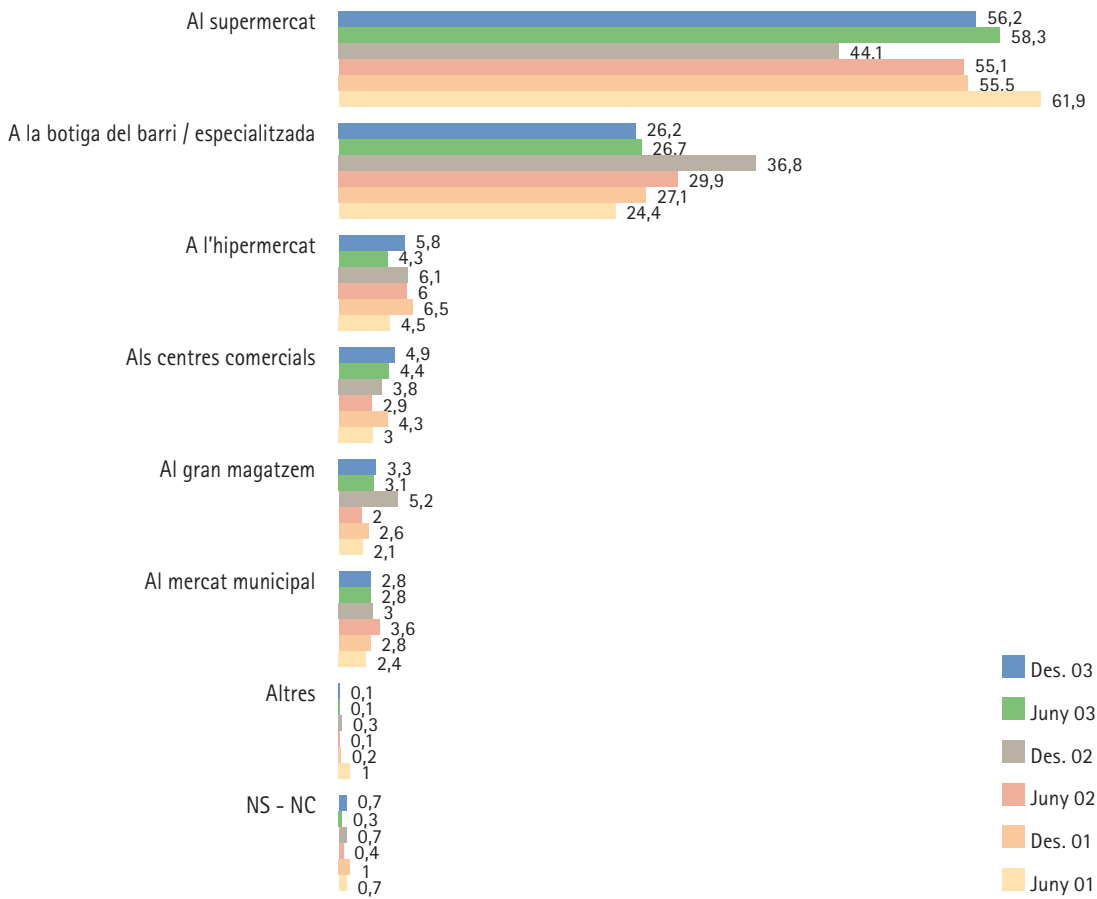
En relació amb el sistema utilitzat per anar a comprar, majoritàriament és a peu, un 83,5%, en transport privat, un 11% i en transport públic, un 4,5%.

EL COMERÇ

8. VALORACIÓ QUALITATIVA DEL COMERÇ

- Els productes d'ús quotidià (no aliments) se solen comprar majoritàriament al supermercat (56,2%), seguit de la botiga de barri/especialitzada (26,2%).

A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA COMPRAR ELS ALTRES PRODUCTES D'US QUOTIDIÀ? (NO ALIMENTS)

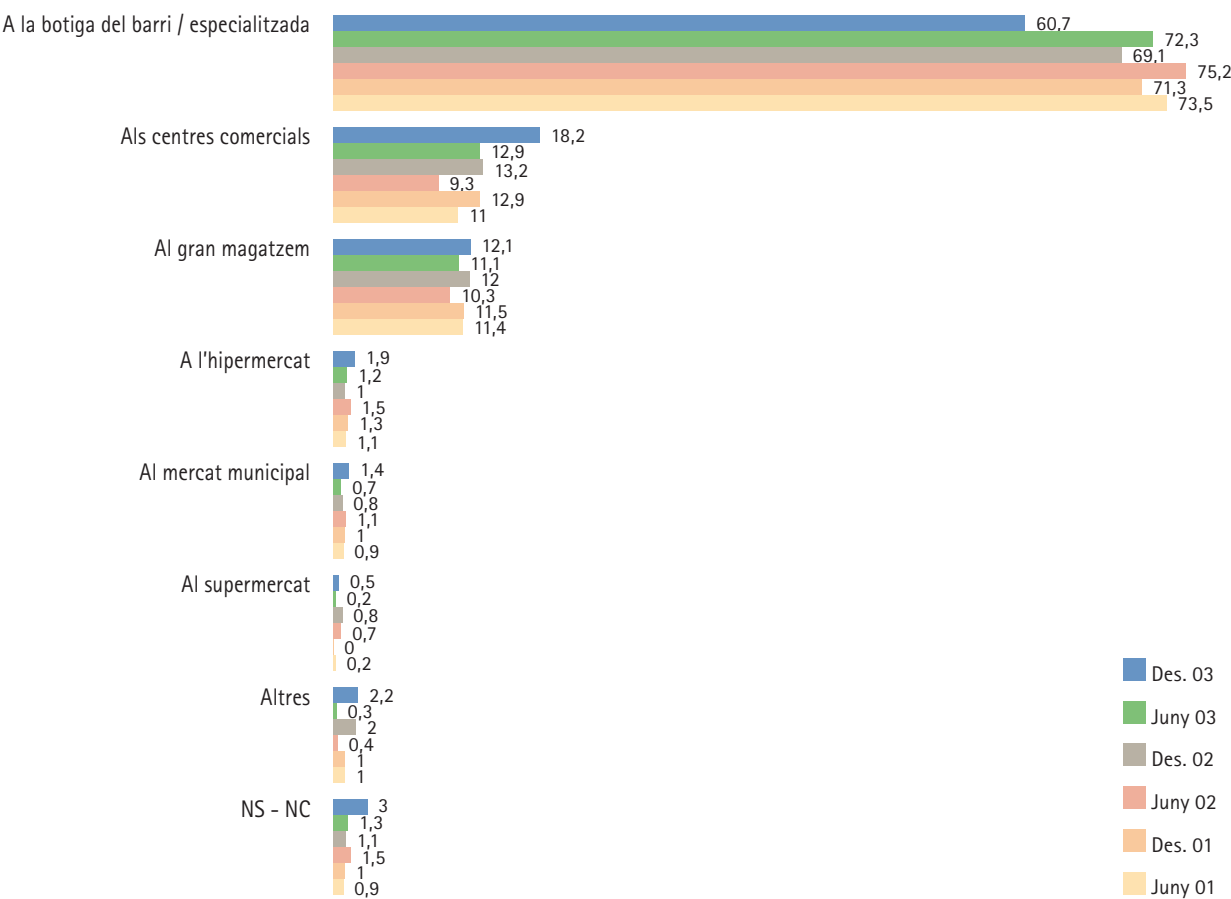


El transport més utilitzat és anar a peu, en un 79,2%, seguit del transport privat, un 12,9%, i el transport públic, un 6,7%.

EL COMERÇ

- Per a la roba i el calçat, els consultats es decanten per la botiga de barri/especialitzada (60,7%) i, amb diferencia, segueixen els centres comercials (18,2%), i el gran magatzem(12,1%).

A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA COMPRAR LA ROBA I EL CALÇAT?



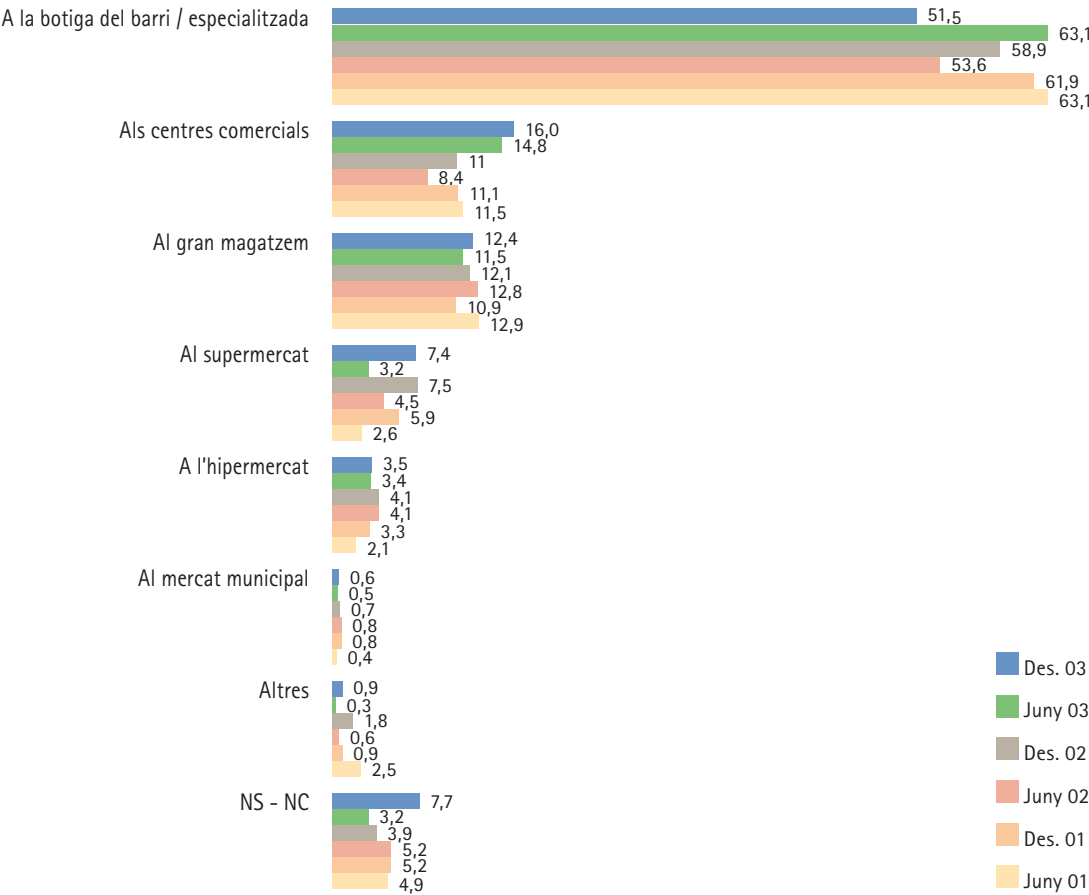
Quant al transport utilitzat, un 53,2% va a peu, un 28,1% en transport públic, i un 15,5% en transport privat.

EL COMERÇ

8. VALORACIÓ QUALITATIVA DEL COMERÇ

- Per a la compra de productes de parament de la llar també és preferida la botiga de barri/especialitzada, com ho manifesten més de la meitat dels enquestats, (51,5%), als centres comercials la fan el 16,0%, i al gran magatzem el 12,4%.

A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA COMPRAR ELS PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR?

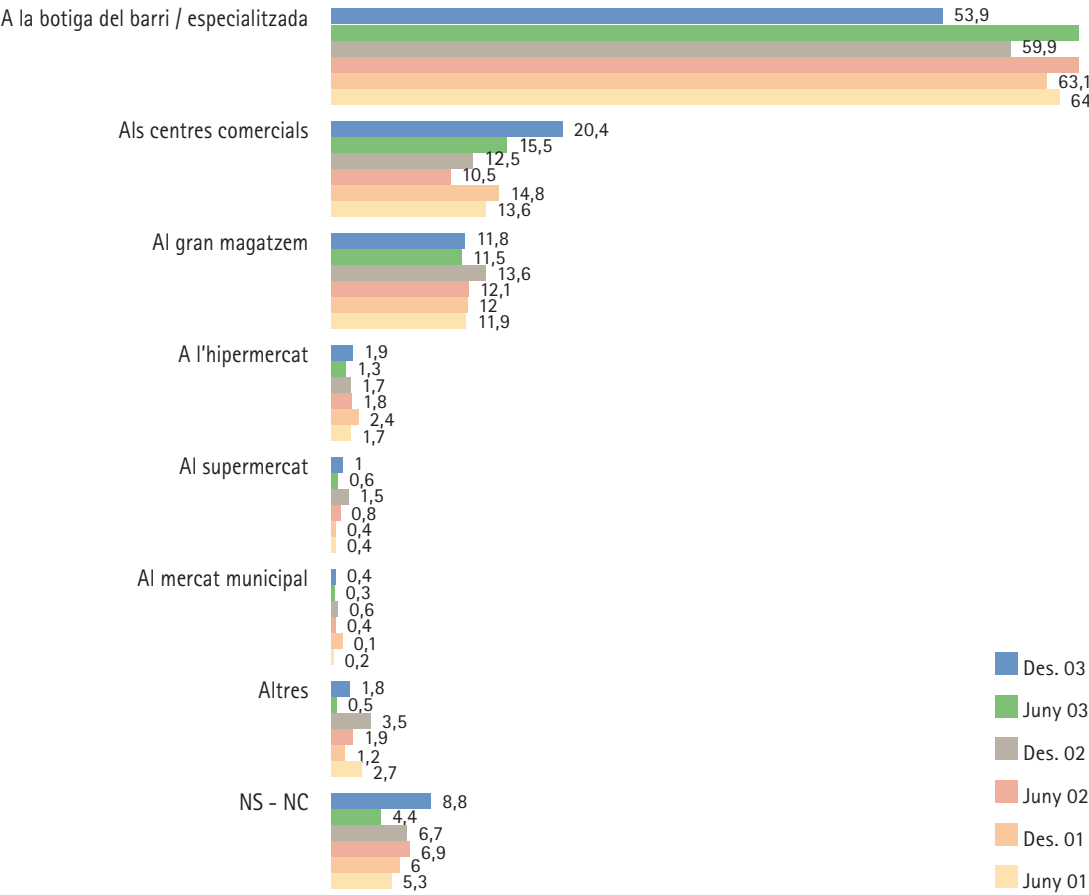


Per fer la compra d'aquests productes, un 53,3% diu anar a peu, un 21,4% en transport públic, i un 18,0% en transport privat.

EL COMERÇ

- Els productes d'oci i cultura segueixen la tendència dels altres productes no quotidians, i la compra majoritàriament es fa a les botigues de barri/especialitzada (53,9%), seguida dels centres comercials (20,4%), i el gran magatzem (11,8%).

A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA COMPRAR ELS PRODUCTES D'OCI I CULTURA?



El mitjà emprat per fer la compra d'aquest productes és: anar a peu un 48,5% , un 27,1% en transport públic, i un 15,0% en transport privat.

EL COMERÇ

8. VALORACIÓ QUALITATIVA DEL COMERÇ

- Les zones comercials més freqüentades, per al total dels consultats, són: la Rambla de Catalunya (16,5%), Passeig de Gràcia (12,0%), Diagonal-Illa (10,0%) i Barnacentre (7,6%). Qui acostuma anar més a les zones comercials són els joves; la roba i el calçat són els productes més comprats, seguits dels productes d'oci i parament de la llar.

VOSTÈ ACOSTUMA A COMPRAR A ALGUNA ZONA COMERCIAL DE BARCELONA? I A QUINA ZONA COMERCIAL ACOSTUMA A COMPRAR? (Suma de dues respostas)

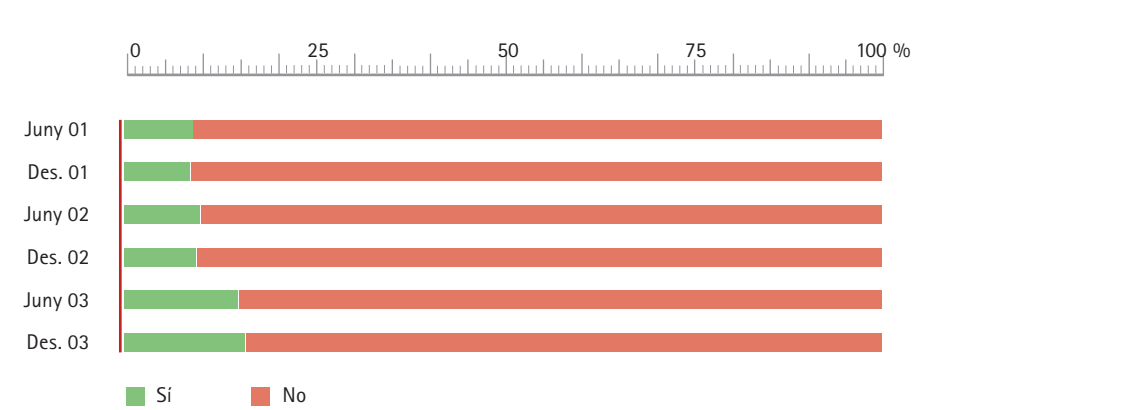
	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03
Rambla Catalunya			12,3	15,5	15,7	16,5
Passeig de Gràcia			12,0	11,2	10,4	12,0
Diagonal-Illa	11,8	5,9	2,8	12,0	11,9	10,0
Barnacentre	27,2	20,5	20,0	11,8	17,0	7,6
P. de Gràcia/Rbla. Catalunta	5,0	19,8				
Les Rambles	1,7	0,9	6,8	5,3	3,5	5,9
Sants-Creu Coberta	3,7	6,0	6,4	6,3	7,3	4,7
L'Eix de Sant Andreu	2,7	4,3	0,0	4,8	5,8	3,6
Sant Antoni Centre Comercial	2,2	2,5	1,7	1,4	3,9	3,2
Gran de Gràcia	1,9	4,3	4,0	3,4	6,3	3,0
Bulevards de Nou Barris	2,4	2,3	2,9	1,7	2,5	1,4
Poble Nou	0,4	1,3	1,6	2,6	1,6	1,4
Dreta de l'Eixample	1,6	3,5	3,2	2,1	2,5	1,3
Sarrià	0,3	0,9	1,4	0,7	1,3	1,3
L'Eix Maragall	0,3	0,3	0,7	0,9	1,3	1,3
L'Eix Horta	1,1	2,0	1,5	1,4	1,7	1,2
Gràcia Nova	0,7	0,5	0,3	0,1	1,1	0,4
Barnavasi-Galvany	0,2	1,2	1,1	0,2	0,6	0,3
Nou Drassanes	0,1	0,1	-	0,1	0,3	0,0
Sagrada Família				0,8		
Altres	0,9	2,4	12,3			
No acostumo anar-hi	48,4	40,1	36,0	38,9	34,9	45,5
No ho sap		0,3	0,0	0,3	0,1	0,3
n=	1000	1000	1000	1000	1000	1000

EL COMERÇ

Comprar per internet

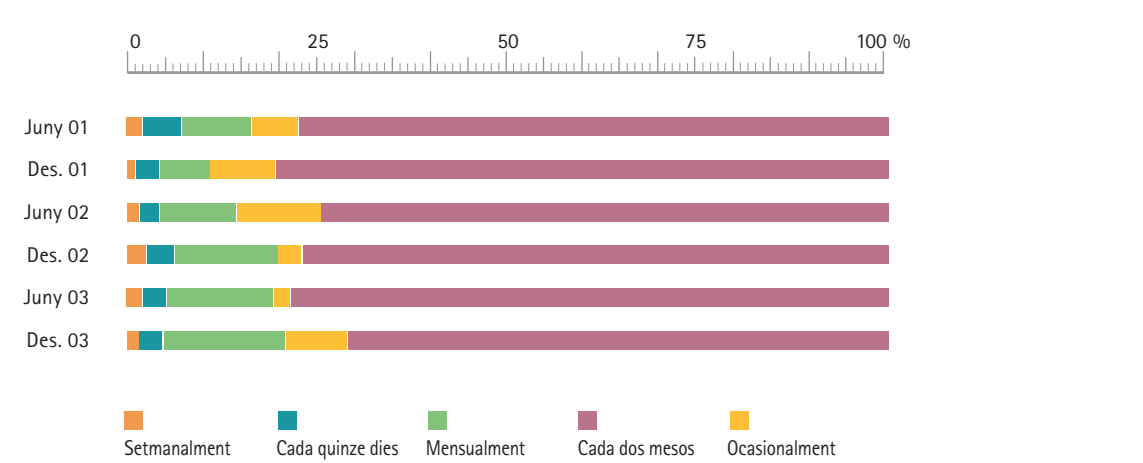
- Dels consultats, un 16,6% ha comprat en alguna ocasió per internet, la majoria de forma ocasional, més els homes que les dones, en la franja d'edat entre els 16 als 44 anys i d'alt nivell d'estudis. L'augment ha estat progressiu i en relació al desembre de l'any 2001, l'augment ha estat de 7 punts, del 9,6% al 16,6%.

HA COMPRAT ALGUNA VEGADA ALGUNA COSA A TRAVÉS D'INTERNET?



- Dels entrevistats que han comprat, el 71,7% ho fan de forma ocasional, i la resta amb una freqüència setmanal (1,8%), quinzenal (4,2%), mensual (15,1%) i bimensual (7,2%).

AMB QUINA FREQÜÈNCIA ACOSTUMA A COMPRAR PER INTERNET? (només per als que han comprat alguna vegada per Internet)

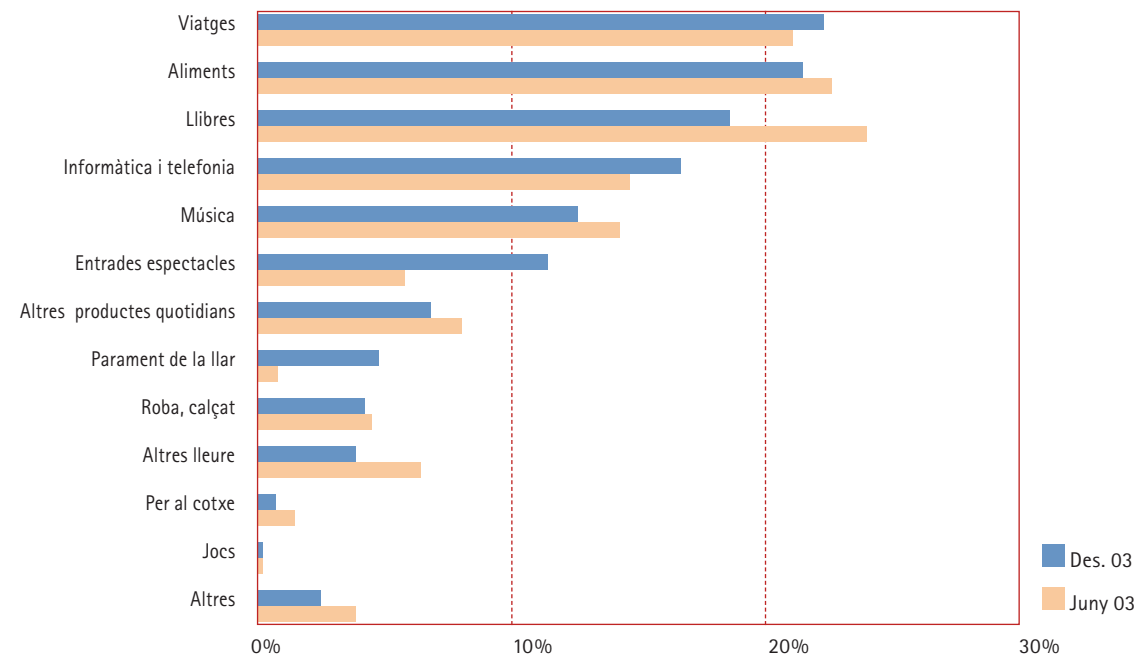


EL COMERÇ

8. VALORACIÓ QUALITATIVA DEL COMERÇ

- Per internet les compres més freqüents són les relacionades amb l'oci, un 69,3%, alimentació, 21,7% i informàtica-telefonía, 16,9%.

I QUIN TIPUS DE PRODUCTE ACOSTUMA A COMPRAR-HI PER INTERNET? (només per als que han comprat alguna vegada per Internet)



9. EIXOS COMERCIALS

EL COMERÇ

Una dels trets més significatius del comerç de Barcelona és la variada oferta existent. En els darrers anys el model que s'ha potenciat ha estat el dels eixos comercials o centres comercials urbans a cel obert. Aquests, han contribuït a enfortir un tipus de comerç molt consolidat a Barcelona, és a dir, el comerç de barri.

Els eixos comercials estan formats per associacions de comerços situats, bé al voltant d'un carrer comercial, o d'un centre de polaritat, que actua com a focus d'atracció (com podria ser el cas d'un mercat o d'un gran centre). Aquests espais urbans, perfectament delimitats, actuen com a centres comercials a cel obert. Mitjançant plans de dinamització conjunta, coordinen les seves activitats els establiment que formen part de l'eix i, per tant, s'ofereix al ciutadà una oferta comercial continuada, plural i competitiva situada al seu propi barri.

Els eixos comercial de Barcelona, actualment, són els següents:

- Barnavasi
 - Unió de Botiguers El Cor d'Horta
 - Associació Comerciants Rambla Poblenou
 - Associació Comerciants Industrials c. Gran de Gràcia
 - Associació Comerciants Sarrià
 - Associació Comerciants Rambla de Catalunya
 - Sant Antoni Centre Comercial
 - Federació Comerciants Casc Antic
 - Amics de la Rambla
 - Grup de Botiguers Dreta de l'Eixample
- Sants, Establiments Units i Ass. Comerciants Creu Coberta
 - Eix Comercial Gran de Sant Andreu
 - Associació Comerciants Maragall-Trinxant
 - L'Eix Comercial del Raval
 - Associació Comerciants Gràcia Nova
 - Federació d'Associacions Barnacentre
 - Unió de Comerciants Fabra Centre, Ass. Comerciants Pi i Molist, Ass. Comerciants Verdum i Ass. Comerciants Via Júlia
 - Amics del Passeig de Gràcia

La Direcció de Comerç i Consum ha donat el seu suport a la Comissió del Eixos Comercials articulant reunions al llarg del 2003, en concret una reunió mensual, per tal de treballar propostes, discutir els temes que preocupen als eixos i concretar la seva participació en les activitats de promoció del comerç. Fruit d'aquestes reunions es poden destacar els següents temes:

- La col·laboració estreta dels eixos comercials amb l'Ajuntament de Barcelona en les campanyes dutes a termes: punts de llibre per Sant Jordi, bosses, bosses-làmpades, l'enllumenat nadalenc, i altres campanyes més generals com pacte per la neteja i recollida selectiva d'escombraries.
- Pla de publicitat col·lectiva per promoure els eixos comercials i el comerç en ells estant.
- Propostes per realitzar estudis de mercat.
- Tramitació per dotar de personalitat jurídica a la Comissió dels Eixos Comercials, acordant que es tractarà d'una Fundació, en concret, la **Fundació Barcelona Comerç**
- Negociacions amb les empreses proveïdores d'energia per aconseguir acords avantatjosos per als comerciants associats als eixos.

10.1. El premi "Barcelona, la millor botiga del món"

L'any 2003 es va celebrar la 6a edició del premi, i coincidint amb l'Any del Disseny, es va valorar l'ús del disseny com a estratègia global i coherent del comerç, donant-li la màxima difusió, per tal de fer-ho arribar a tot el sector comercial de Barcelona i d'aquesta manera contribuir a la seva difusió i consolidació dins del col·lectiu del comerç de la ciutat. Les modalitats i els premis d'aquesta edició han estat els següents:

1. Premi a la millor iniciativa comercial de l'any que integri el disseny com a estratègia.

Calçats ROYALTY. Ha integrat en el disseny del local els elements propis del sector del calçat i les seves tendències de moda. L'establiment dona respostes noves a la forma de relacionar-se el client amb el producte, en un marc que posa en valor els elements de disseny en la decoració i la funcionalitat del local. Com la bona relació final del local amb el carrer, element a tenir en compte especialment en establiments integrats en centres comercials a cel obert, exemple per a la renovació del comerç urbà.

Diplomes.-

Ob-Art, galeria especialitzada en objectes culturals i artístics de petit format, constituint una mostra permanent d'artistes consagrats i dels emergents i amb la presentació esporàdica d'objectes per a la seva comercialització.

VOID, establiment especialitzat en fer piercings, a on s'ha prestat especial atenció al disseny interior de l'empresa amb una combinació equilibrada de materials i llums, creant un ambient acollidor, i pensat per a una fàcil neteja i desinfecció.

2. Premi a l'empresa que al llarg de la seva trajectòria hagi utilitzat d'una forma continuada i coherent el disseny.

MANBAR, empresa familiar de mobiliari d'oficina creada a l'any 1953 a Barcelona. Les importants intervencions que ha fet dintre i fora, han prioritzat sempre el respecte per l'arquitectura original, tan en l'interior com en la façana. Des de l'any 1987 patrocina els premis bianuals de disseny industrial "Massana-Manbar", oberts a tots els estudiants i recent titulats de disseny industrial, tant del país com internacionals. L'estreta vinculació del disseny industrial i de la cultura en general han sigut l'element vertebrador de les exposicions biennals que MANBAR ha impulsat i gestionat per contribuir a la difusió d'aquests elements.

Diplomes.–

Colmado MÚRRIA, establiment dedicat a la venda de queviures i gastronomia d'alta qualificació, que des de la seva creació al 1898, ha mantingut una imatge distintiva per les característiques del seu disseny.

SINGULAR, establiment comercial i d'exposició de productes de disseny amb una imatge innovadora i un segell distintiu i particular.

KUKUXUMUSU, establiment dedicat a la venda d'elements diversos amb una imatge identificativa unitària.

3. Premi al professional (botiguer o dissenyador) que hagi contribuït amb el seu treball a la difusió del disseny en el comerç de la ciutat.

NÚRIA RAJA BACARDIT, botiga Raima, integració positiva entre l'establiment i el disseny del producte. La capacitat de Núria Raja de fer productes que incorporin elements de creació pròpia, els dissenys i les textures de papereria que el client demana.

La trajectòria de Núria Raja i la seva botiga ha suposat incorporar les tendències actuals de disseny de productes en el marc d'un espai urbà tradicional com és el carrer Comtal.

4. Premi al millor element de difusió dels comerços de Barcelona.

CRÈDIT RESTAURANT, S.L., el gremi de restauració de Barcelona ha creat un instrument de servei, com és el tiquet restaurant, que permet obrir un element de competitivitat en un sector i producte en mans d'iniciatives foràneas. El tiquet restaurant és una eina de difusió i coneixement de restaurants de Barcelona entre clients potencials.

10.2. Atles Comercial de Barcelona

L'Atles Comercial de Barcelona és el primer Atlas comercial urbà que es publica, en aquest cas, per l'Ajuntament de Barcelona en col·laboració amb la Universitat de Barcelona i la Cambra de Comerç de Barcelona. Els seus antecessors varen ser l'Atlas comercial de España (1962 i 1993) i l'"Atlas comercial de Catalunya (1990)".

Pretén donar a conèixer els orígens i l'actual comerç barceloní, quedant constància del paper tan important que ha tingut i té aquest sector a Barcelona. Aconsegueix donar la màxima informació existent i amb una diversitat de punts de vista dels 28 autors diferents que col·laboren.

Aquest Atles, alhora, és una eina pels professionals del sector comercial, per millorar la seva gestió, donant una perspectiva i cap a on es dirigeix el comerç barceloní, marcant els següents objectius:

- Destacar la importància que han tingut, tenen i han de tenir les activitats comercials a Barcelona.
- Donar informació per a tots els interessats del sector.
- Assentar unes bases per a la seva possible ordenació.

L'estructura del llibre es basa en els següents temes:

- **L'oferta**, on es fa una visió des del comerç medieval fins a l'estructura actual del comerç i les diferents formes que ha adoptat. Utilitzant 70 mapes en les seves explicacions.
- **Les àrees comercials**, descriu les zones i centres comercials de Barcelona i de l'àrea metropolitana, amb 50 mapes que situen aquestes àrees.
- **Un marc general**, situant-nos en la realitat de Catalunya: la població, les infraestructures dels transports, la política comercial de la Generalitat, l'urbanisme comercial i el medi ambient, entre altres. Amb la utilització de 17 mapes.
- I finalment, **la demanda**, on s'analitza la capacitat econòmica de la població i com és aquesta, amb 40 mapes que visualitzen aquesta demanda.

En conclusió, l'Atles Comercial de Barcelona analitza el sector comercial, destacant la importància de l'associació i agrupament dels establiments comercials, el creixement de la demanda i millora i diversificació constant de l'oferta i finalment, reflexiona sobre la necessitat d'observar constantment la dinàmica comercial de la ciutat.

10.3. La campanya de promoció del comerç

Durant l'any 2003, la Regidoria de Comerç i Consum ha impulsat, sota l'eslògan "Barcelona, la millor botiga del món", la campanya de promoció del comerç de la ciutat mitjançant diferents plans d'actuació:

- La campanya de Nadal, amb espots publicitaris a les principals cadenes de televisió, cadenes de ràdio i anuncis en premsa i revistes especialitzades.
- La creació de diferents productes amb bona acceptació per part dels comerciants, com ara, les bosses i entrades pel parc Zoològic. I coincidint amb l'Any del Disseny, es van distribuir 500.000 punts de llibre amb motiu de la Diada de Sant Jordi i 2.500 bosses – làmpades que substituïen a les de l'any Gaudí realitzades durant l'any 2002.

10.4. Web de comerç

La web de comerç porta en funcionament des del 2002 i ofereix al ciutadà un ampli ventall de serveis i informació relacionats amb el sector comercial, destacant els següents:

- Inclou informació de les botigues, associacions de comerciants, mercats i fires al carrer i centres comercials.
- Presenta i ubica els eixos comercials més importants de Barcelona.
- Es pot enllaçar amb establiments que tenen web pròpia.
- Presenta els estudis relacionats amb el comerç realitzats per l'Ajuntament de Barcelona.
- S'informa dels òrgans de participació i consulta que ha creat l'Ajuntament de Barcelona per potenciar la relació entre l'Administració i el sector comercial.
- Es dona a conèixer el premi "Barcelona, la millor botiga del món", que se celebra anualment i es faciliten les bases del premi i les sol·licituds per presentar-se a cada una les modalitats.
- S'ofereix la possibilitat d'enllaçar amb altres pàgines de l'Ajuntament, com ara, Infopime, Barcelona negocis, o als tràmits i gestions relacionats amb el comerç.
- Existeix un accés a la bústia de consultes i suggeriments, on el ciutadà pot adreçar els seus interrogants sobre el sector comercial, amb un total de 198 de consultes ateses durant l'any 2003, on els temes consultats més freqüents són la petició dels tràmits per una obertura/cessament d'establiments comercials, informació sobre botigues determinades, i informació sobre el sector comercial.

La web ha registrat 68.654 usuaris amb una mitjana diària de 196 usuaris i aquests han visitat 366.371 pàgines amb una mitjana diària de 1.066 pàgines.

10.5. Promoció del comerç als districtes

1. Ciutat Vella

El Districte Ciutat Vella al llarg del 2003 ha donat suport a les fires que se celebren al seu territori, com són:

- Fira d'Artesania de l'Alimentació a la plaça del Pi.
- Fira de Numismàtics i Filatèlics a la plaça Reial.
- Fira de Brocanters a l'Av Catedral.
- Fira d'Artisans i la de Pintors i dibuixants a La Rambla.
- I les fires conegudes en l'àmbit ciutat com són la Fira de Santa Llúcia i la Fira de Sant Ponç.

En aquest any es va inaugurar una fira-mercat, "Món Raval", que es desenvolupa setmanalment a la Rambla del Raval.

Altres actes relacionats amb el món del comerç han estat:

- Homenatge a les botigues del carrer Tallers.
- 8ª edició Fira al carrer Sant Pere més Baix.
- Mostra d'Artisans de Sant Eloi a la Ribera, al carrer Argenteria.
- Mostra de joves artesans, cada dissabte al carrer Allada Vermell.
- Festa del carrer Sant Pau amb participació dels comerciants del carrer.
- Fira del Gremi Artesà Tèxtil a l'av. Portal de l'Àngel.

2. Eixample

El Districte de l'Eixample fomenta el comerç de proximitat, els eixos comercials existents, i col·labora en la creació de nous, cooperant amb les entitats i xarxes associatives del comerç. Entre d'altres accions el Districte ha impulsat les següents:

- **5ª Mostra d'Entitats del Districte de l'Eixample a Fort Pienc**, del 17 al 18 de maig. Amb representació d'associacions i eixos comercials del Districte.
 - **Relacions amb les entitats de comerç**, mitjançant la Comissió de Comerç, com a instrument per debatre els temes susceptibles d'interès pel sector comercial, i donar a conèixer les campanyes, estudis i actuacions promogudes des del districte, de la Direcció del Comerç i Consum i d'altres àrees centrals.
- Inici del procés de constitució del Consell Sectorial de Comerç del districte de l'Eixample.

- Estudi *El Comerç al Districte de l'Eixample*, que pretén ser una radiografia del sector comercial del Districte de l'Eixample, de l'associacionisme comercial, analitzant els punts forts i febles, per tal de conèixer la realitat comercial de l'Eixample i proposar alternatives als desequilibris detectats.
- Difusió i comunicació, El Districte dóna suport a les entitats amb la col·laboració de productes comunicatius i amb la difusió, notes de premsa als mitjans de comunicació, i a través dels mitjans propis: Barcelona Informació, Barcelona Televisió, l'agenda cultural la pàgina web de l'Ajuntament i del Districte, Butlletí del Districte, Agenda de Turisme de Barcelona, etc.
- Festes Majors i Fires tradicionals, El Districte col·labora en les Festes Majors dels barris, en les quals cada vegada més activament participen les entitats de comerciants en l'organització de les activitats, com les Festes Majors de la Sagrada Família, Sant Antoni, Dreta de l'Eixample, que l'organitza Cor Eixample amb la participació de l'Associació de Concessionaris del Mercat de la Concepció i d'altres entitats culturals, educatives i institucionals. També el Districte dóna suport a les fires tradicionals com són les Fires de Rams, del Llibre i del Llibre antic i d'ocasió; l'exposició i venda al carrer, de llibrers i roses amb motiu de la Diada de Sant Jordi, la Fira de Nadal a la plaça de la Sagrada Família, i la Fira de Sant Tomàs i de Reis de la Gran Via, les quals, any rera any són cita obligada per als ciutadans i visitants de la ciutat. A més, la Fira de Pintors de la Sagrada Família, la d'Artesans d'Alimentació i Productes Naturals a la Av. Gaudí, entre d'altres, fan de l'Eixample un districte amb una gran activitat firal, la qual cosa dóna vida al carrer.

3. Sants–Montjuïc

El districte Sants–Montjuïc, conjuntament amb les associacions de comerciants, al llarg del 2003, han realitzat diverses activitats per promoure i millorar el sector comercial, que a continuació es relacionen per ordre cronològic:

- Cavalcada de Reis i recollida de cartes.
- Visita de l'Alcalde a Sants – Creu Coberta.
- Inauguració obres Sants–Creu Coberta.
- Conveni Col·laboració neteja.
- Rua infantil Les Corts i Sants.
- Ranxo Cansaladeria Alsina.
- Rua Carnaval Barcelona.
- Sant Medir al Mercat de Sants.
- Reforma Mercat d'Hostafrancs.
- Festa del Comerç de la Marina – Zona Franca.
- 1ª mostra Comerç c. Galileu.

- Inauguració local Associació Comerciants Creu Coberta.
- 50è Aniversari Bodega La Masia.
- Encesa enllumenat nadalenc.
- Presentació pessebre.
- Reunió Consell de Comerç.
- Inauguració Mercat de La Marina – Zona Franca.
- Cavalcada Pare Noël.
- Trenet promocional c. Sants–Creu Coberta.

4 .Les Corts

Al Districte Les Corts s'han organitzat mostres de comerç al carrer durant els mesos de maig i octubre a càrrec de les associacions de comerciants El Mirall de Pedralbes i Tram Mig.

A la Mostra d'Entitats del Districte, al mes de maig, han participat diverses associacions de comerciants amb un stand:

- Associació de veïns i comerciants c. Vallespir.
- Associació comerciants El Mirall de Pedralbes.
- Associació comerciants Tram Mig.
- Associació de veïns i comerciants El Racó de les Corts.
- Associació de venedors del Mercat de les Corts.

Els primers dissabtes de cada mes, exceptuant els mesos d'estiu, té lloc un espai d'art a la plaça Comas. I els segons dissabtes de cada mes, Art-Directe, als Jardins Clara Campoamor.

Aquest any s'ha celebrat per segona vegada la Fira de Nadal a les Corts, a la plaça Concòrdia.

5. Sarrià–Sant Gervasi

El Districte de Sarrià–Sant Gervasi, promociona el comerç cooperant amb les diferents entitats i associacions de comerciants. Entre d'altres accions el Districte ha impulsant les següents:

- 6ª Mostra de Comerç a Sarrià celebrada el dia 26 d'abril del 2003.
- 6ª Mostra de Sant Gervasi celebrada el dia 6 d'abril del 2003.

Alhora s'ha continuat amb la trajectòria d'altres activitats ja tradicionals al Districte, com són les fires, totes elles amb ubicació a la plaça de Sarrià:

- Fira de Brocanters.
- Fira de Llibreters de Vell.
- Fira d'Artistes.

El Districte ha realitzat les campanyes de promoció de comerç com són la distribució de bosses làmpades, punts de llibre per Sant Jordi i bosses per les Campanyes de Nadal.

6. Gràcia

Les associacions de comerciants amb un presència activa en el districte de Gràcia, al llarg del 2003 es varen reunir 8 vegades en el si del districte, on varen aprovar el Reglament del Consell Sectorial del Comerç del Districte.

Les activitats de promoció del comerç varen ser:

- Jornades de Comerç al carrer, a la tardor i a la primavera.
- Jornada de Comerç al carrer Camp d'en Grassot, al setembre.
- Activitats pròpies de la campanya de Nadal.

Artesans de Gràcia han organitzat:

- Jornades de tallers al carrer.
- Exposició dins de l'any del disseny anomenada "Delicatessen".

Associació Amics de les Antiguitats organitzà:

- Fira "El Mercat Vienès" als Jardinetes de Gràcia, els primers divendres de mes.

D'altra banda les associacions de comerciants s'han fet ressò de campanyes municipals i amb col·laboració amb l'administració municipal, com ara:

- Difusió de les ajudes per a la rehabilitació d'edificis, mitjançant expositors als establiments comercials.
- Difusió de les ajudes econòmiques per la imatge exterior i retolació dels establiments comercials
- Acord cívic per a una Barcelona neta i sostenible, amb l'associació de comerciants c. Gran de Gràcia i alguns comerços del c. Torrent de l'Olla.

7. Horta-Guinardó

Des del Districte d'Horta-Guinardó el suport al comerç s'articula a través de les associacions, encara que hi han campanyes molt específiques adreçades a la totalitat del comerç, associat i no associat. Campanyes:

- **Rètols.** Signatura d'un conveni per normalitzar la retolació comercial del Districte amb l'Institut Municipal de Paisatge Urbà, el Districte d'Horta-Guinardó i associacions de comerciants.
- **Recollida selectiva comercial.** Aquest any s'ha implementat el servei de recollida selectiva de cartró i paper a la zona del Baix Guinardó
- **Enganxines.** Signatura de l'acord de col·laboració entre el Districte d'Horta-Guinardó, el sector de Manteniment i Serveis i associacions de comerciants, per tal d'implementar el Programa Especial de Neteja de Cartells i Enganxines.
- **Llums de Nadal,** amb 58 carrers il·luminats.
- **Campanya de reis.** Cavalcada de reis
- **Carnestoltes.** S'organitzen dues rues, una a la zona d'Horta Carmel i l'altra a la zona del Guinardó. Enterrament de la sardina. (acte de ciutat, amb el recolzament de l'ICUB).
- **Les Mostres de Comerç al Carrer** s'han consolidat com a factor de dinamització de la pròpia xarxa associativa, al Districte. A l'any 2003 s'han celebrat les següents:
 - Eix Maragall
 - Cor d'Horta, (2 accions)
 - Unió de Botiguers Dante-Carmel
- **Consell de Comerç.** Es constitueix el Consell de Comerç del Districte, com a òrgan sectorial de participació, organitzant diferents comissions específiques, com per exemple la d'urbanisme comercial.

8. Nou Barris

El Districte Nou barris ha col·laborat en diferents activitats, especificades a continuació:

- **Fires.** IX Fira Alimentària de Nou Barris, celebrada a la marquesina de la Via Júlia entre el 27 i el 31 de juny.
- **Enllumenat de Nadal.** Enllumenats d'un total de 16 carrers. El Districte va subvencionar el 15 % del cost.
- **Festa Major.** Celebrada al maig amb la col·laboració dels comerciants i el suport tècnic, la infraestructura i la difusió i comunicació per part del Districte. Es varen desenvolupar diferents activitats, com són, dinamització per a infants, actuació de la rondalla del Casal d'Avis, cantada d'Havaneres al Centre Cívic de Can Basté, ballada de sardanes al Parc de Canyelles, Comerç al carrer, a Via Júlia i pg. Verdum i III Mostra de Mercats.

- **Suport al Pla de Dinamització de Nou Barris.** Suport que consisteix en subvenció econòmica, col·laboració tècnica i planificació conjunta d'activitats, durant tot l'any, a les associacions agrupades sota el nom "Nou Barris Centre Comerç", integrat per l'Associació de Comerciants Via Júlia, del Passeig Verdum, de Pi i Molist i de Fabra Centre
- **Consell de Comerç de Nou Barris.** Està integrat per 16 associacions de comerciants i la seva organització és la següent:
 - Plenari
 - Comissió Permanent
 - Comissions de Treball: d'Urbanisme, de Mercats i Activitats.
- **Altres actuacions de dinamització:**
 - Col·laboració entre la Federació i els Eixos comercials al Pla de Transició al Treball de Nou Barris (PTT).
 - Participació dels Eixos en el projecte de retirada de papers i anuncis de façanes i parets.
 - Suport tècnic a la Federació d'Associacions de Comerciants de Nou Barris

Atenció, assessorament a les associacions de comerciants sobre temes diversos: funcionament intern, aplicació de normatives municipals, organització i gestió d'activitats, elaboració de programes, millora de l'urbanisme comercial, relació amb d'altres serveis municipals i contacte amb entitats.

9. Sant Andreu

El Districte Sant Andreu, al llarg del 2003, ha dut a terme dues campanyes:

- **Campanya de neteja de cartells i enganxines**, per evitar la pràctica d'enganxines i cartells a la via pública tant en el mobiliari urbà com en façanes públiques i privades, s'ha actuat en la neteja i retirada de les mateixes, en col·laboració amb els comerciants dels carrers i vies públiques que pateixen aquestes pràctiques.
- **Campanya d'accessibilitat al tots els comerços del districte**, per a promoure l'adaptació dels petits establiments per facilitar el seu accés a les persones amb disminució.
- Per 8ª vegada, el 31 de maig, el Districte va organitzar la **Festa del Comerç** amb la instal·lació de carpes a les principals vies del districte i un lliurament de premis "Els comerços de l'any", amb la participació de les associacions i eixos del districte.

Per altra banda, les associacions de comerciants han organitzat diferents activitats, amb el suport logístic i d'infraestructures del Districte Sant Andreu, com ara:

- Cavalcada de reis.

- Aperitiu popular i dinar de degustació.
- Concurs de disfresses Carnestoltes i sardinada popular.
- Festa de Carnestoltes.
- V Setmana Sant Jordi.
- Instal·lació carpa de Reis.
- Celebració 12è aniversari A. C. Onze Setembre.
- Jornada Comerç Sant Andreu.
- Llums de Nadal.
- Pare Noël.
- Consell de Comerç. A la primera reunió celebrada l'any 2003 el districte va aprovar el reglament del Consell de Comerç i va designar els membres de l'esmentat i dels 3 representants del Consell de Comerç al Consell Ciutadà del Districte. Per altra banda, les associacions de comerciants han fet les seves propostes per l'elaboració del Pla d'Actuació del Districte.

10. Sant Martí

El districte de Sant Martí conjuntament amb les associacions de comerciants, al llarg del 2003, han realitzat diverses activitats per promoure i millorar el comerç, amb les següents campanyes:

- **Llums de Nadal.** Amb 31 carrers il·luminats.
- **Pare Noël.** Als carrers Amistat i Castany.
- **Patge reial i rei mag.** Al carrer Cantàbria.
- **Cavalcada de reis.** A diferents zones del districte:
 - Eix Prim
 - Poblenou
 - Clot
- Pessebres. II Concurs de Pessebres del Poblenou, del 21 de desembre al 8 de gener, al carrer Amistat.

Per segon any s'ha celebrat la **Setmana del Comerç**, del 7 al 14 de juny, amb l'organització de diferents tallers al Centre Cívic La Farinera. I la segona **Mostra de Comerç al Carrer** celebrada als següents barris: Clot-Camp de l'Arpa, Poblenou, Verneda i Besòs.

El districte i les associacions de comerciants han participant conjuntament en altres actes com són:

- Inauguració dels carrers als entorns del carrer Clot, el 15 de febrer.

- 4ª Mostra d'entitats del Districte Sant Martí, el 5 i 6 d'abril.
- Diada de Sant Jordi, el 23 d'abril.
- 1ª trobada Harley-Custom al Poble Nou, el 31 de maig.

10.6 MAPIC, Fira Internacional Professional d'Implantació Comercial i de la Distribució

Els dies 19, 20 i 21 de novembre del 2003 es celebrà a Cannes la Fira dels Centres Comercials més important d'Europa, el MAPIC. L'Ajuntament de Barcelona va assistir a l'esmentada fira, per segon any consecutiu, amb un stand on es va presentar la realitat comercial de la nostra ciutat, amb els seus 17 eixos comercials, com una alternativa als centres comercials tancats.

Malgrat que la fira està dedicada bàsicament a la promoció d'aquest tipus d'oferta de distribució comercial, l'Ajuntament va decidir ésser present a la mateixa per tal de promoure una oferta alternativa a la dels centres comercials tancats, els eixos comercials. La finalitat de la presència de l'Ajuntament ha estat coberta amb escriu donat l'èxit de l'stand entre tots els participants, tan pel seu disseny com pel tipus d'oferta que representava. Alhora que l'stand va ser visitat per representants d'institucions, d'empreses de consultoria, d'inversors immobiliaris, d'ensenyes i d'altres administracions municipals d'arreu del món.

Durant els tres dies de fira a l'stand van ser presents representants municipals, i també es va contar amb la presència de quatre presidents dels eixos de Barcelona i una representant de la Cambra de Comerç de Barcelona.

El material de promoció utilitzat durant la fira també va obtenir una gran acollida, aquest estava format per punts de llibre, un opuscle explicatiu i un llibre dels eixos comercials de Barcelona.

Degut a l'alt grau de satisfacció de tots els assistents a la fira i els resultats positius obtinguts, en els propers anys la intenció es continuar ser presents en aquesta trobada anual.

L'Institut Municipal de Mercats és un organisme autònom de caràcter comercial i de serveis. Durant l'any 2003, l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona ha posat en marxa un seguit d'actuacions basant-se en la necessitat de dissenyar un nou model de mercat per al segle XXI, ja que l'actual no respon a les necessitats comercials del moment.

L'objectiu d'aquestes actuacions és el dotar els barris de mercats que siguin veritables eixos aglutinadors de la vida comercial i sociocultural. D'aquesta manera, es recupera el seu protagonisme per la via de reforçar-ne els valors més preuats i característics: el producte fresc i el tracte personalitzat, reforçats per l'aparició de noves activitats com ara la restauració, la cultura i l'oci.

Aquestes actuacions, combinades amb la implantació de nous models de gestió i amb la vocació de modificar l'Ordenança municipal de mercats, han d'esdevenir les eines definitives per aconseguir superar les rigideses que han impedit fins ara una veritable modernització d'aquests equipaments comercials públics.

L'actuació de l'Institut Municipal de Mercats durant l'exercici 2003 se centra en els aspectes següents:

11.1. Remodelació dels mercats municipals

S'entén per remodelació l'acció integral en l'estructura d'un edifici. Dintre del conjunt d'actuacions dutes a terme durant l'any 2003, cal destacar:

Mercat de Santa Caterina: Finalitzat i inaugurat l'aparcament ubicat al mercat, el qual es troba en fase constructiva amb l'estructura que suportarà la coberta. Amortitzacions d'alguns establiments a la carpa.
Negociacions en curs per fixar les bases del retorn dels comerciants al nou mercat, previst per a novembre de 2004.

Mercat de la Barceloneta: S'han iniciat els treballs de construcció de l'aparcament soterrani.

Mercat d’Hostafrancs: S’han acabat les obres d’implantació de la botiga de conveniència el març de 2003.

Mercat de la Marina: Durant aquest any s’han finalitzat les obres de construcció del nou mercat i la urbanització de la plaça. El nou mercat es va posar en marxa el 16 d’octubre de 2003 i l’autoservei present a l’equipament, el mes de novembre de 2003.

Mercat de Sant Martí: Durant el 2003, s’han dut a terme les obres de remodelació, fonamentalment durant el mes d’agost, posada en marxa de l’equipament el mes de novembre de 2003 .

Mercat de Fort Pienc: Obres de construcció del nou Mercat durant l’any 2002 i 2003. Mercat amb un total de 26 mòduls–establiments de 10 m² (aprox.) destinats a alimentació fresca i un autoservei de 1.250 m². Existència d’una gran zona de càrrega i descàrrega amb uns 400 m² de magatzems. L’obra general ha estat acabada al final de juliol de 2003 amb la posada en marxa de l’autoservei el 4 de novembre de 2003 i el Mercat el 4 de desembre de 2003.

Tancament del Mercat del Carme: La manca de viabilitat econòmica i comercial del Mercat i un canvi en el planejament urbanístic de la zona comporta l’amortització d’una part dels concessionaris i el trasllat de la resta a altres mercats, operacions que es desenvolupen totes dins del quart trimestre del 2002, tot i la data de tancament oficial té lloc el 4 de gener de 2003.

Mercat de la Unió: Signatura del conveni per remodelar el Mercat el novembre de 2003.

11.2. Actuacions exteriors

Mercat de Sant Just Desvern: Finalització de les obres de remodelació i inauguració del mercat i de l’autoservei en data 21 de març de 2003.

Mercadal de Martí I l’Humà – Terrassa: Conveni signat el 6 de juny de 2003 per a la realització d’un estudi de caràcter comercial i per a la formulació de propostes encaminades a la seva millora i reordenació comercial en el seu nou emplaçament. Duració aproximada del treball 7 mesos.

11.3. Millores en les estructures físiques

Fan referència a les actuacions que tenen per objectiu bàsic el manteniment de l’edifici. El nombre d’intervencions ha estat el següent:

Obra civil	165 intervencions
Elevadors i muntacàrregues	295 intervencions
Instal·lacions elèctriques	150 intervencions
Cambres frigorífiques	225 intervencions
Permisos d'obres	221 intervencions

Les principals obres de millora realitzades durant el 2003 han estat les següents:

- **Vall d’Hebron:** Pavimentació de la zona de càrrega i descàrrega.
- **Concepció:** Reconstrucció de la façana zona Passatge Mercat.
- **Hostafrancs:** Actualització del sistema de climatització.
- **Horta:** Pintura exterior del mercat.
- **Sagrada Família:** Adequació de les dependències de direcció del mercat i construcció d’un lavabo.
- **Abaceria:** Remodelació del lavabos públics.

D'altra banda l'IMMB ha subvencionat les següents obres realitzades per les Associacions de Comerciants :

- **Concepció:** Col·locació de tendals per evitar l’impacte del sol i retolació de façanes.
- **Sants:** Treballs de manteniment de l’enllumenat, instal·lació porta automàtica i canvi bomba pou cec soterrani.
- **Clot:** Pintura de les escales d’accés a l’aparcament i reparació portes automàtiques.
- **Provençals:** Marquesines entrades, canvi finestrals i remodelació lavabos públics.
- **Les Corts:** Sistema anticoloms i renovació de desguassos.
- **Sant Antoni:** Reparació de l’entrada al pati del carrer Borrell.
- **Encants de Sant Antoni:** Reparació de 5 veles i reparació goteres marquesines.
- **Abaceria:** Pintura exterior i xarxa anticoloms.
- **Lesseps:** Renovació de sistema d’aire del soterrani i planta.
- **Estrella:** Il·luminació façanes i reforç extracció aire.
- **Llibertat:** Renovació del mobiliari del parc infantil.
- **Ninot:** Renovació urinaris.
- **Canyelles:** Dues portes paravents, porta principal, rètols mercat, instal·lació de finestres passadís perimetral i nous punts de llum de la sala de vendes i galeria comercial.

- **Bon Pastor:** Remodelació lavabos senyores i pintura interior de la sala de vendes.
- **Sant Andreu:** Pintura i enllumenat del local comercial.
- **Carmel:** Instal·lació noves conduccions aire condicionat.
- **Mercè:** Substitució cabina muntacàrregues c. Fabra i Puig i paviment zona peix.
- **Guineueta:** Barana de les escales i lavabos públics.
- **Núria:** Pintura façana (subministrament material).
- **Vallvidrera:** Neteja i pintura accés.

11.4. Ordenació comercial

REJOVENIMENT OPERADORS

Any 2003	Traspassos intervius	Cessions pares a fills	Cessions entre cònjuges	Traspassos mortis–causa
Núm. d'expedients	456	88	31	15
Edat mitjana cedent	48,8	65,7	63,4	63,3
Edat mitjana cessionari	40,8	38,1	61,3	55,3
Diferencial	- 7,9	- 27,5	-2,2	- 8,9

EXPEDIENTS TRAMITATS

Any 2003	Núm. expedients
Amortitzacions de parades	194
Renúncies voluntàries de parades	105
Fusions de parades veïnes	5
Ocupacions temporals de parades d'espais comuns	75
Trasl·lats d'establiments a altres vacants del mateix mercat	131
Adjudicació pel procediment negociat	31
Adjudicació d'establiments mitjançant subhasta	70

11.5. Estudis i innovacions

Elaboració dels Estudis comercials per a la remodelació del mercat de la Unió, el trasllat del Mercadal Martí l'Humà de Terrassa, i de la memòria comercial per a la modificació del PECAB per a la inclusió del nou mercat de Fort Pienc.

Incorporació de nous espais comercials de gran format: botiga de conveniència OPENCOR al mercat d'Hostafrancs, autoservei SUPERSOL al mercat de Sant Martí, l'autoservei ORANGUTAN (grup BON PREU) al nou mercat de la Marina, autoservei MERCADONA al nou mercat de Fort Pienc.

Millores comercials: entrada en funcionament d'un nou establiment al mercat de la Boqueria especialitzat en pizzes, entrada en funcionament d'una tintoreria al mercat de Sant Andreu, entrada en funcionament d'una xarcuteria amb servei de degustació i un forn de pa, també amb degustació, al nou mercat de Fort Pienc.

Ampliacions de denominació incorporant la venda de plats cuinats i precuinats a establiments dels mercats de : Barceloneta, Port, Sant Antoni, Canyelles i Carmel.

11.6. Promoció comercial

Comprèn les activitats, campanyes i actes l'objectiu dels quals és la projecció del mercat, ja sigui des del vessant més purament comercial com des del punt de vista ludicocultural.

Accions de comunicació

- Carnaval al Mercat
- Campanya "*Roba amiga*"
- Col·laboració amb el programa de prevenció contra el càncer de mama
- Programa de visites escolars *L'escola al mercat*
- Campanya informativa "*Cuina és salut*"
- Festa de la primavera als mercats
- Nova temporada Port Aventura
- Sant Jordi (50.000 punts de Llibre)
- Dia Mundial de la Sida
- Col·laboracions amb l'Agenda 21 Local
- Exposició "*La ciència a la butxaca*"
- Campanya recollida brossa selectiva
- Exposició projectes "*Proeixample*"

- Campanya recollida de menjar *Bossa solidària*
- Inauguració obres remodelació carrer de Sants
- Presentació nou espectacle companyia *Marcel·lí Antúnez*
- Presentació pel·lícula *Nudos* al mercat de la Boqueria
- Inauguració obres de modernització Mercat de la Trinitat
- Presentació 2a Jornada projecte *Cuina Barcelona*
- Presentació nous materials pedagògics *L'escola al mercat*
- Campanya *Dimarts de cuina*, classes de cuina en directe tots els dimarts
- Participació amb stand a les Mostres d'Entitats dels Districtes.
- Promoció *"Circ Cric"*
- Promoció sarsuela *"La generala"*
- Participació concurs de roses de Barcelona
- Promoció entrades ballet rus.
- Campanya *"esmorzars sans a mercats"*
- Participació *festa de comerç just*
- Col·laboració marató donació de sang a Barcelona 2003
- Presentació de la campanya *"els dijous bojos de la Conxita"*
- Participació en el *"Passeig de les persones"* Mercè 2003
- Participació *"el joc quilomètric dels aliments"*
- 1a edició campanya *"cuines del món"*
- Col·laboració 1a Fira Vi i Cava al mercat de l'Abaceria.
- Inauguració Mercat d'Hostafrancs.
- Portes obertes Mercat de Fort Pienc.
- Inauguració Mercat de la Marina
- Inauguració Mercat de Sant Martí

Col·laboracions en el calendari sociocultural de la ciutat i iniciatives de les associacions de comerciants :

- Activitats de promoció i celebració a pràcticament la totalitat dels mercats per Nadal-Reis, Carnaval, Sant Jordi i Sant Joan.
- **Bon Pastor** Participació Festa Major del barri
- **Carmel** Campanya d'estiu
- **Ciutat Meridiana** 2n Aniversari
- **Felip II** Participació Festa Major del barri dels Indians i de Sagrera
- **Guinardó** Participació Festa major del barri, concurs de balcons.

- **Guineueta** Campanyes comercials *"dijous groc"* i *"regal segur"*
- **Horta** Campanya comercial *"el meu mercat"*, participació a la Festa Major , V Mostra de Comerç.
- **Núria** Campanya "tardes de dimecres obert"
- **Vall d'Hebron** 34è aniversari del mercat, campanya de fidelització dels clients.
- **Besòs** Participació mostres d'entitats
- **Boqueria** Classes de cuina per a nens i adults, Aldeas Infantiles, Fundació Tot Raval, Creu Roja, etc.
- **Clot** Festa Major del barri.
- **Hostafrancs** Festa Major del barri, Mostra d'Entitats.
- **Provençals** Promoció vals de compra.
- **Sant Martí** Mostra d'Entitats i Festa Major del barri.
- **Sants** Mostra d'Entitats i Festa Major del barri.
- **Unió** Mostra d'Entitats del barri.
- **Abaceria** Festes de Gràcia, exposició *"balcons per la pau"*, Sant Medir. Festa del Vi i del Cava, Mostra de Comerç al Carrer.
- **Concepció** Festes de la Concepció, campanya *"dijous bojos de la Conxita"*, Vè Aniversari, Mostra d'Entitats, recollida aliments per al Sàhara.
- **Estrella** Sorteig vals de compra, Sant Medir.
- **Fira de Belcaire** Festa del venedor.
- **Llibertat** Concurs punt de creu.
- **Sant Antoni** Tres Tombs, revista "Mercat Sant Antoni"
- **Vallvidrera** Festa major.
- **Sarrià** Festa major.

Atenció especialitzada a grups

- Institucions/empreses/particulars: 20
- Escoles: 79

Durant el 2003, en un context internacional caracteritzat per la millora de les expectatives respecte a l'any anterior, el comerç electrònic ha refermat la seva tendència expansiva dels darrers anys. Als Estats Units, la facturació de les vendes electròniques al consumidor (B2C) va incrementar-se en un 25,1% en el transcurs de l'exercici, augment molt superior a l'experimentat pel conjunt de les vendes al detall (6,2%) que confirma la seva tendència ascendent del període més recent i fa que ja suposin el 1,9% del valor total d'aquestes. També a la Unió Europea es segueix estenent el comerç via Internet, les vendes del qual durant el 2003 van més que doblar-se a diversos països –on això no obstant, s'està encara lluny dels nivells nord-americans– assolint l'1,3% del valor total de la facturació de les empreses de més de 10 treballadors. Cal remarcar la seva superior implantació en països com Suècia o Noruega, on la seva aportació al valor total de les vendes d'aquestes empreses va ser del 2,8 i el 2,4%, respectivament.

De fet, Internet està generant una transformació en el comportament dels consumidors que va molt més enllà del que suposen les transaccions pròpiament realitzades a través de la xarxa. Cada vegada és més elevat el percentatge de ciutadans que van a realitzar determinades compres presencialment després d'haver buscat informació detallada a la xarxa sobre les característiques i preu del producte que demandaran. En determinats àmbits –com l'adquisició de viatges– el creixement del volum de negoci que es canalitza per via electrònica és exponencial. En el context actual, les empreses ja no poden ignorar Internet i la importància de tenir una web actualitzada, fins i tot si pràcticament no fan vendes "on line".

En la mesura que continuï creixent el nombre de connexions a Internet de banda ampla i alta velocitat, i que es vagin esvaint els dubtes encara persistents en alguns sectors respecte de la seguretat de les compres a la xarxa, la continuïtat de l'expansió del comerç electrònic sembla garantida. El que tindrà un impacte global, segons alguns especialistes, serà que en el 2005 el 75% dels usuaris d'Internet residiran a Europa o Àsia.

Espanya

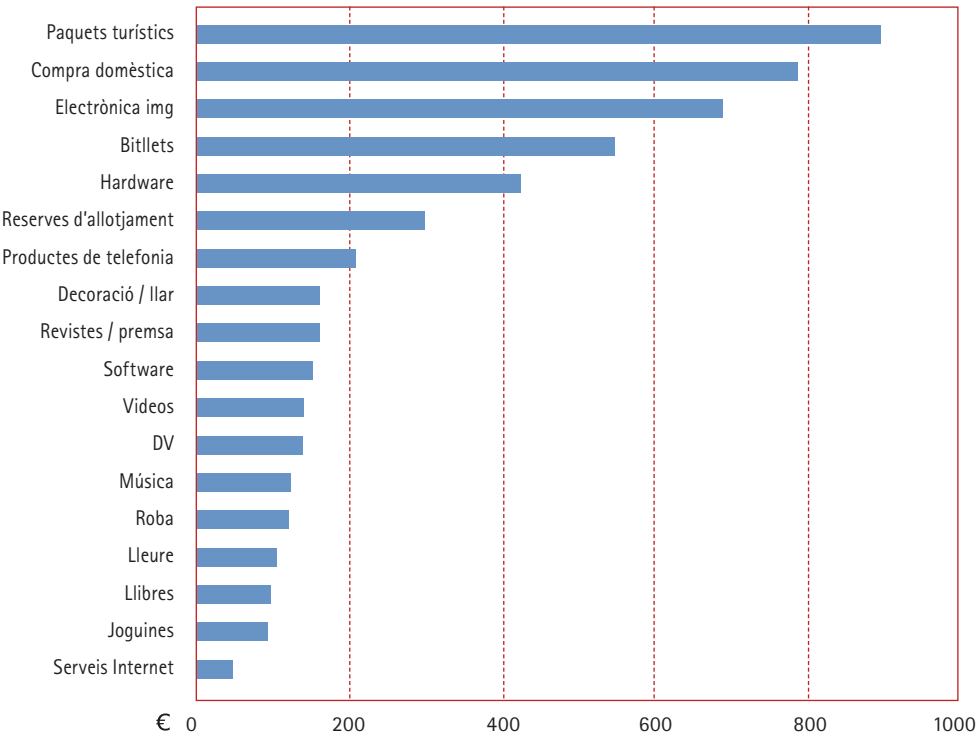
Segons l'informe anual de l'Associació Espanyola de Comerç Electrònic (AECE), el valor de la facturació total del comerç electrònic adreçat al consumidor final (B2C) durant l'any 2003 va ser de 1.530 milions d'euros. Aquesta xifra supera en

un 31,6% la de l'any anterior i representa per tant un increment molt significatiu. Tot i així, suposa una certa moderació després de diversos exercicis en que la facturació es multiplicava anualment per més de 2.

L'any 2003, el 23,2% dels internautes espanyols van efectuar compres a través de la xarxa, percentatge que supera en prop de 3 punts el de l'any anterior i situa els compradors electrònics en un 9,9% de la població total. El perfil que domina dins d'aquest col·lectiu és el d'un home d'entre 25 i 44 anys que treballa, amb uns ingressos mensuals compresos entre els 1.200 i els 1.800 euros i estudis universitaris.

Els productes més sol·licitats a través del B2C van ser els bitllets de tren, avió i autobús (25,4% del total), els llibres (15,7%), espectacles (12,2%), l'electrònica (10,3%) i música (10,3%). La despesa mitjana per consumidor i any –segons l'enquesta de l'AECE– es va situar en 438 euros, essent els paquets turístics el producte que genera una despesa anual més elevada als seus adquirents.

DESPESA MITJANA EN LES COMPRES PER INTERNET A ESPANYA 2003 (per individu comprador i any) (euros)



Dues terceres parts dels compradors on-line van pagar mitjançant targeta de crèdit. Les comandes es fan sobretot a botigues tradicionals que tenen pàgina web (39,7% del total), o directament a la web del fabricant (33,1%). La gran majoria dels consumidors veuen satisfetes sempre, o gairebé sempre, les seves expectatives per l'adquisició que han realitzat (95,8%), i no tenen problemes de lliurament (63,7%). Un apartat en ràpid creixement és el de les compres a través de telèfon mòbil, que l'any 2003 van efectuar el 27,8% dels internautes.

Catalunya

La Generalitat de Catalunya ha realitzat una enquesta sobre la penetració de les tecnologies de la informació i la comunicació, a les empreses de 10 o més treballadors de Catalunya, durant l'any 2003, on hi ha un apartat destinat a observar la integració i evolució del comerç electrònic.

A Catalunya, el 33,2% de les empreses de 10 o més treballadors fan comerç electrònic, és a dir, que compren i/o venen per internet, però no totes realitzen els dos tipus de transaccions. Aquestes empreses es poden classificar en dos grups, segons qui sigui el destinatari d'aquest comerç que realitzen en xarxa:

- Només un 4,8% de les empreses realitzen B2C, és a dir, que venen els seus productes directament al consumidor final.
- Mentre que el 32% realitzen B2B, aquestes són empreses que compren i/o venen per internet a altres empreses, com a subministradors.

Fent referència a les compres dins la xarxa, el 30,2% de les empreses compren per internet, un percentatge que no ha deixat d'augmentar des del 15,4% de l'any 2000. Del total d'empreses que compren per internet un 58,7% també realitzen els pagaments a través de la xarxa, mentre que la resta només fan la comanda i utilitzen altres mitjans de pagament.

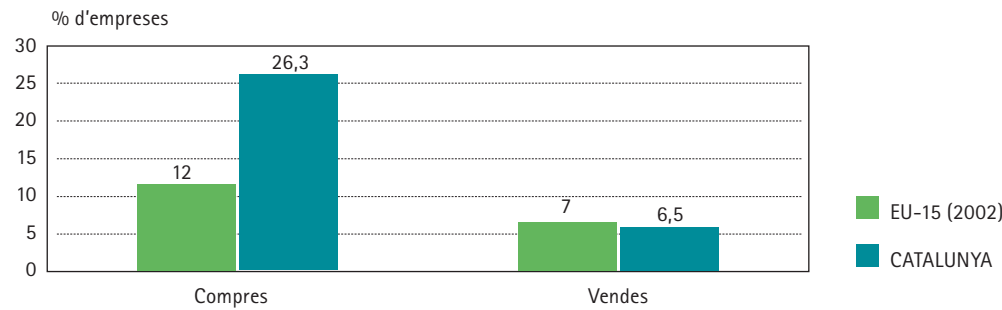
Pel que fa al volum d'aquestes compres, el 68% de les empreses que compren per internet consideren que aquestes representen entre un 1% i un 5% de les seves compres totals, mentre que un 16,7% realitza més d'un 5% de la seva despesa en compres a través de la xarxa.

En canvi les vendes per internet no evolucionen tan favorablement; des de l'any 2000, el percentatge d'empreses amb 10 o més treballadors que venen per internet ha anat oscil·lant entre el 7% i el 9%, i l'any 2003 ha estat del 7,7%. Una altra dada destacable és que del total d'empreses que venen a través de la xarxa, tan sols el 30,6% accepten pagaments en línia.

En referència a la naturalesa d'aquestes vendes, un 51,5% de les empreses que venen per internet realitzen B2B, i el 43,5% venen directament al consumidor final (B2C). I respecte al volum d'aquestes transaccions gairebé el 85% de les empreses considera que per internet venen més de l'1% del seu volum total de vendes.

La relativa novetat d'aquest tipus de comerç fa molt difícil trobar dades de diferents països que siguin estrictament comparables entre sí. Per tal de poder copsar el nivell de comerç electrònic de les empreses catalanes dintre d'un context internacional cal recórrer a les dades de l'Eurostat per obtenir la mitjana europea, i a l'Idescat per tenir dades per Catalunya

COMERÇ ELECTRÒNIC A CATALUNYA I EUROPA



El gràfic anterior mostra, de les empreses amb més de 10 treballadors, quin percentatge realitza més de l'1% de les seves compres o vendes mitjançant internet. Dins d'aquest context, s'observa que el percentatge d'empreses catalanes que venen per internet no arriba a la mitjana europea, mentre que en el cas de les compres (que també inclouen les transaccions en que la comanda s'ha realitzat a través de la xarxa però el pagament no), el percentatge d'empreses catalanes és més del doble de la mitjana europea. Aquesta última dada és molt positiva, però les noves tecnologies s'estenen a gran velocitat, i cal recordar que mentre les dades de Catalunya són de l'any 2003, per a les mitjanes europees, les dades més actuals de les que es disposa, són de l'any 2002.

Barcelona

Segons l'Òmnibus Municipal de Comerç i Consum, el desembre del 2003 el 16,6% dels barcelonins consultats manifestaven haver comprat alguna cosa a través d'Internet. Aquest percentatge suposa un increment molt significatiu (de més de 6 punts) respecte a l'any anterior, que indica un dinamisme molt notable del comerç a la xarxa. El perfil del comprador electrònic a la ciutat és el d'un home de 16 a 44 anys d'edat, amb un elevat nivell d'estudis. Els productes més sol·licitats corresponen als capítols de lleure i cultura (viatges, llibres, música...) que han adquirit el 69,3% dels enquestats, els alimentaris (21,7%) i els d'informàtica i telefonia (16,9%). La freqüència de les compres a través de la xarxa tendeix a augmentar any rera any, però, de tota manera, el 71,7% dels barcelonins que manifesten haver comprat "on-line" ho ha fet només de forma ocasional.

L'any 2003 ha consolidat Barcelona com a ciutat de compres internacional. El liderat de la capital catalana dins de l'Estat espanyol es veu reforçat any rere any. Aquest últim exercici el creixement mig de la ciutat ha estat superior al de la resta de l'estat, de manera que la participació de Barcelona sobre el total estatal ha passat del 15,13 % al 16,07%.

Les distàncies entre Barcelona i Madrid, l'altre referent dins de l'Estat, cada vegada es fan més amples. Donant-li a Barcelona l'índex 100, a l'any 2000 Madrid hauria obtingut un 95,1; a l'any 2001, un 90,5; l'any 2002, un 84,3; i l'any passat, un 75,8. Això vol dir que, en quatre anys, Barcelona respecte a Madrid, ha guanyat quasi 25 punts de diferència, la qual cosa demostra i reforça el liderat de Barcelona com a ciutat de compres internacional dins de l'Estat espanyol.

La despesa realitzada per part dels turistes internacionals, mitjançant la utilització de la targeta de crèdit, ha crescut un 7,9%, i ha faltat molt poc per arribar als 600 milions d'euros, als quals cal afegir els 416 milions d'euros corresponents a la retirada de diners en efectiu realitzada als caixers automàtics.

D'altra banda, en el rànquing provincial, Màlaga ha passat a ocupar la segona posició i Madrid la tercera, amb un decremment del 2,12%. El creixement mig del total estatal ha estat del 7,82%. Aquestes dades ens confirmen que la recessió econòmica europea està afectant al sector turístic espanyol, doncs el nombre de turistes i visitants creix per damunt, molt poc però per damunt, de la despesa realitzada per part dels visitants internacionals que arriben a l'Estat.

Sembla que aquesta situació generalitzada per a la resta de l'Estat, no afecta a Catalunya, doncs, el creixement mig de Girona ha estat del 21,14%, el de Tarragona el 26,14% i el de Lleida el 44,18%. En definitiva, això ens indica que la proximitat amb Europa ens és favorable i per tant Catalunya i dins d'ella Barcelona, se'n gaudeix favorablement.

POSICIONAMENT DE BARCELONA EN DESPESES DE TURISTES. RÀNQUING DE PROVÍNCIES (20 PRIMERES) ANY 2003 (en euros)

Província	Import operacions	% sobre total	% Incre. any anterior	Núm operacions	% sobre total	% Incre. any anterior
BARCELONA	598.420.187,72	16,07	7,89	12.345.586	27,45	8,04
MÀLAGA	463.793.932,60	12,45	6,81	3.688.355	8,20	10,96
MADRID	453.586.545,93	12,18	-2,12	4.659.877	10,36	2,97
BALEARS	359.520.658,60	9,65	10,45	3.392.889	7,54	9,29
ALACANT	335.167.573,02	9,00	21,14	3.009.606	6,69	16,66
GIRONA	283.010.410,64	7,60	20,66	4.020.026	8,94	22,55
GRAN CANÀRIA	203.519.644,70	5,46	-7,39	1.866.037	4,15	-1,04
TENERIFE	202.567.821,73	5,44	-1,56	1.664.012	3,70	-3,35
TARRAGONA	94.290.141,63	2,53	26,14	1.157.983	2,58	27,92
VALÈNCIA	72.915.303,84	1,96	9,13	776.413	1,73	15,41
CADIZ	69.251.156,30	1,86	9,64	607.165	1,35	14,86
GUIPÚZCOA	57.565.835,25	1,55	18,04	797.944	1,77	30,85
LLEIDA	57.329.588,67	1,54	44,18	830.222	1,85	53,23
SEVILLA	56.763.921,02	1,52	-4,23	640.557	1,42	2,27
MÚRCIA	47.848.638,26	1,28	18,59	438.702	0,98	27,59
GRANADA	39.074.201,82	1,05	7,07	499.177	1,11	10,27
ALMERIA	31.709.707,95	0,85	15,2	336.823	0,75	14,92
NAVARRA	31.673.986,39	0,85	-6,14	700.730	1,56	4,73
BISCAIA	28.025.593,93	0,75	12,02	335.823	0,75	24,55
PONTEVEDRA	25.908.344,45	0,70	-3,24	272.403	0,61	1,08
TOTAL 20 PRIMERES	3.511.943.194,45	94,29	7,83	42.040.330,00	93,49	10,54
TOTAL	3.724.543.249,05	100,00	7,82	44.970.209	100,00	10,79

En el conjunt de despeses fetes amb targeta i efectiu retirat en els caixers, el creixement de Barcelona ha estat molt superior a l'experimentat per la resta de capitals de l'Estat, en valor absolut s'han superat amb escriu els 1.000 milions d'euros i el percentatge de participació s'ha mantingut entre el 60% i el 40%.

EL COMERÇ

13. BARCELONA, CIUTAT DE COMPRES INTERNACIONAL

DESPESA DE TURISTES AMB TARGETA VISA I MASTERCARD ANY 2003 (en euros)						
País	Import operacions	% sobre total	% Incre. any anterior	Núm. operacions	% sobre total	% Incre. any anterior
REGNE UNIT	112.110.929,67	18,73	19,31	1.579.122	12,79	19,25
FRANÇA	98.318.523,96	16,43	13,18	4.145.521	33,58	11,42
STATS UNITS	77.730.480,02	12,99	-3,07	1.121.721	9,09	3,09
ALEMANYA	47.636.791,68	7,96	11,78	1.027.570	8,32	-2,16
ITÀLIA	36.308.481,59	6,07	6,11	539.791	4,37	-0,93
HOLANDA	26.799.284,41	4,48	6,28	716.216	5,8	-0,67
SUÏSSA	25.183.979,23	4,21	6,1	434.118	3,52	1,8
BELGICA	14.917.523,14	2,49	2,36	470.813	3,81	-4,16
JAPÓ	13.702.091,87	2,29	-9,87	121.039	0,98	-0,14
PORTUGAL	13.204.122,84	2,21	-0,21	242.738	1,97	-0,74
NORUEGA	11.289.857,01	1,89	9,17	140.565	1,14	10,32
SUÈCIA	10.549.197,38	1,76	-2,46	178.769	1,45	0,97
MÈXIC	9.216.544,24	1,54	-8,51	124.034	1	2,26
ANDORRA	8.439.632,34	1,41	-	235.962	1,91	-
IRLANDA	7.663.098,97	1,28	38,04	88.547	0,72	36,84
DINAMARCA	7.048.854,10	1,18	22,59	126.297	1,02	15,82
CANADÀ	6.711.058,51	1,12	3,93	90.054	0,73	5,4
ISRAEL	5.222.871,40	0,87	-26,36	67.300	0,55	-26,22
ÀUSTRIA	5.178.055,20	0,87	12,01	67.763	0,55	8,82
RÚSSIA	5.000.824,14	0,84	12,46	61.539	0,5	-0,92
AUSTRÀLIA	4.909.511,10	0,82	18,14	68.875	0,56	11,69
FINLÀNDIA	4.466.931,48	0,75	13,42	70.516	0,57	17,47
BRASIL	3.609.756,42	0,6	-24,34	58.343	0,47	-12,87
TURQUIA	3.537.031,46	0,59	18,45	38.692	0,31	25,86
GRÈCIA	2.484.652,25	0,42	10,1	21.435	0,17	8,65
HONG KONG	2.398.554,35	0,4	10,52	15.999	0,13	9,69
LUXEMBURG	2.363.925,63	0,4	9,86	41.076	0,33	2,28
ARGENTINA	1.987.929,98	0,33	-12,08	42.161	0,34	-15,55
CHILE	1.589.373,86	0,27	-20,97	21.218	0,17	-18,48
POLÒNIA	1.584.884,26	0,26	-14,7	37.426	0,3	-19,02
TOTAL 30 PRIMERS	571.164.752,49	95,46	9,10	11.995.220,00	97,15	8,56
TOTAL	598.420.187,72	100	7,89	12.345.586	100	8,0

EL COMERÇ

Pel que fa referència a nacionalitats, és a dir, a la tipologia dels nostres clients, concretament a la nacionalitat dels nostres compradors, el Regne Unit reforça, una vegada més, la seva posició capdavantera, ja que, a més de guanyar participació, del 16,9% ha passat al 18,73%, i encara que el seu creixement ha estat inferior al de l'any passat, ha arribat al 19,3%. França ocupa la segona posició, la seva participació es veu reforçada, aconseguint el 16,4% i el seu creixement ha estat del 13,2%. Estats Units, continua en situació recesiva, la seva participació ha baixat al 12,9% i ha experimentat un descens del 3,07%. Com a novetat cal assenyalar els creixements experimentats per part dels països nòrdics, en els quals cal afegir Irlanda, doncs, aquest mercat està creixent, llevat de Suècia, molt per damunt de la mitjana, es obvi que el nivell de preus ha jugat a favor de la nostra ciutat. En el rànquing dels 10 primers països, solament cal destacar que Bèlgica ha superat el Japó, doncs, la resta mantenen la seva posició.

El Comerç continua sent el sector més important i representa el 43,8% de la totalitat de les despeses realitzades amb targeta, el darrer any va representar el 43,05%. Les dades indiquen que la participació es recupera i per tant la consolidació de Barcelona com a ciutat de compres, es confirma malgrat la recessió que experimenten els països de l'àrea europea. El Comerç especialitzat ha baixat la seva participació i ara ho fa en un 54,20% i els grans operadors en un 45,8%, els primers han tingut un creixement del 3,43% i els segons del 9,29%. El creixement del sector comerç ha estat del 9,48%. Cal destacar els creixements dels mesos de gener i febrer, però molt especialment els dels mesos de setembre i octubre, ocupant aquest últim el primer lloc del rànquing mensual, amb un valor absolut de 27,8 milions d'euros i una participació del 44,86%.

COMPRES MENSUALS AMB TARGETES ESTRANGERES. COMERÇOS ESPECIALITZATS I GRANS OPERADORS, I PERCENTATGE DE PARTICIPACIÓ EN EL TOTAL DE LA DESPESA AMB TARGETES VISA I MASTERCARD. ANY 2003 (en euros)

	COMERÇ ESPECIALITZAT			GRANS OPERADORS			TOTAL COMERÇ			
	Import. Ops.	%	% Incre. any anterior	Import. Ops.	%	% Incre. any anterior	Import. Ops.	% sobre Barcelona	% Incre. any anterior	TOTAL Barcelona
GENER	9.544.849,24	57,38	21,07	7.089.195,60	42,62	20,30	16.634.044,84	49,87	26,21	33.355.133,63
FEBRER	8.019.892,13	56,30	11,04	6.225.806,90	43,70	8,05	14.245.699,03	45,45	16,72	31.343.017,66
MARÇ	10.375.144,30	57,05	7,04	7.812.113,12	42,95	2,78	18.187.257,42	45,59	8,25	39.895.055,92
ABRIL	12.427.171,32	56,48	0,13	9.577.430,51	43,52	4,72	22.004.601,83	42,81	5,75	51.400.718,05
MAIG	12.859.572,99	55,96	-7,34	10.119.160,41	44,04	-0,11	22.978.733,40	41,69	-0,01	55.116.285,03
JUNY	12.588.715,97	56,91	0,06	9.532.501,92	43,09	3,61	22.121.217,89	40,80	3,55	54.213.269,26
JULIOL	15.014.051,29	54,68	4,47	12.445.962,30	45,32	9,49	27.460.013,59	41,33	9,9	66.434.368,40
AGOST	13.402.140,32	50,20	6,22	13.293.161,87	49,80	5,32	26.695.302,19	41,79	7,76	63.884.507,87
SETEMBRE	13.234.327,39	51,86	0,36	12.284.234,66	48,14	13,47	25.518.562,05	44,68	10,58	57.116.842,63
OCTUBRE	14.423.108,93	51,87	3,10	13.381.997,34	48,13	17,94	27.805.106,27	44,86	13,18	61.983.194,38
NOVEMBRE	10.980.201,84	52,47	4,66	9.945.867,36	47,53	12,36	20.926.069,20	45,02	11,88	46.484.636,94
DESEMBRE	9.529.137,84	52,46	1,98	8.634.449,89	47,54	17,14	18.163.587,73	47,70	9,84	38.080.275,96

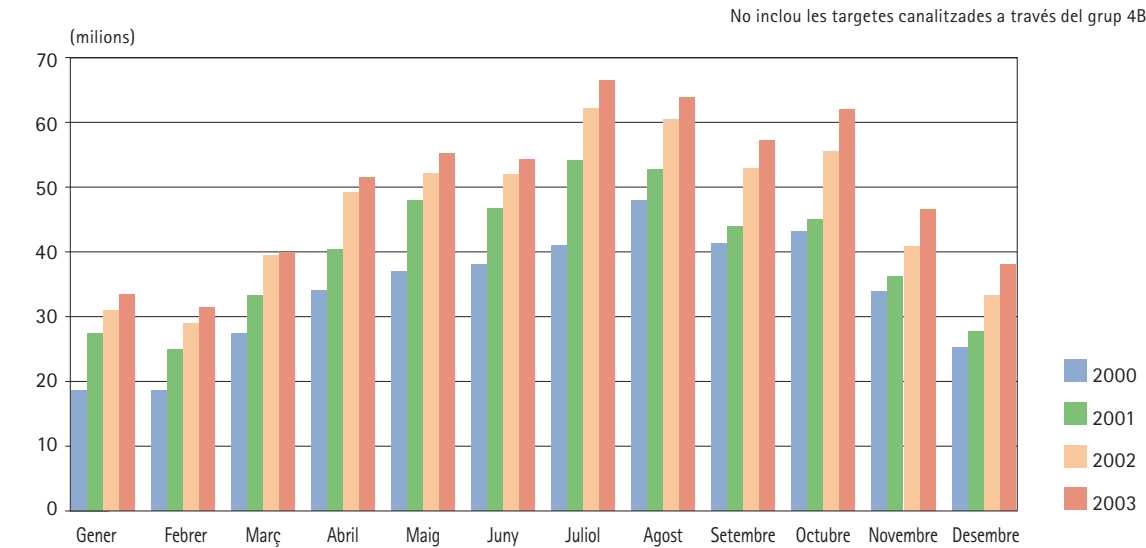
Per sectors, el tèxtil i concretament la confecció tèxtil i l'equipament de la persona en general, continuant guanyant posicions, la seva participació ha arribat al 43%. La confecció tèxtil ha tingut un creixement del 21,95% dins del comerç especialitzat i les sabateries el 6,43%, els articles per a l'esport han crescut en un 25,10%. També la venda de tabac experimenta creixements molt importants en aquest període, ho ha fet en un 88%. Els sectors de més alt valor afegit, han notat la recessió econòmica i tots ells han experimentat decrements importants, ens referim tant al sector de la joieria com el de la pelleteria.

DESPESES DE TURISTES INTERNACIONALS AMB TARGETES DE CRÈDIT VISA I MASTERCARD PER DIFERENTS SECTORS D'ACTIVITAT ANY 2003 (en euros)

	1r Trim.	2n Trim.	3r Trim.	4t Trim.	Total 2003	Total 2002	Variació
COMERÇ	49.067.001	67.105.109	79.673.878	66.894.763	262.740.752	239.989.726	9,48
RESTAURACIÓ	11.368.844	19.398.271	20.895.949	16.622.575	68.285.639	60.112.452	13,60
HOTELS	25.803.993	45.058.341	49.300.087	35.873.936	156.036.357	142.208.557	9,72
TRANSPORT / AUTOMOCIÓ	8.785.909	14.802.562	22.182.016	11.174.588	56.945.075	48.738.071	16,84
OCI / CULTURA	3.842.348	5.098.156	4.893.059	4.423.987	18.257.551	15.410.849	18,47
SERVEIS	3.115.567	4.266.421	4.108.406	4.166.474	15.656.868	20.918.897	-25,15
ALTRES	2.597.353	5.340.173	6.394.090	6.598.230	20.929.847	30.927.457	-32,33
TOTAL 2003	104.593.207	160.730.272	187.435.719	146.548.107	599.307.306		
TOTAL 2002	99.258.453	153.193.797	175.426.117	129.572.047		557.450.414	7,15
Variació	5,37	4,92	6,85	13,10		7,51	

Tot seguit, presentem el gràfic on es pot observar l'evolució que ha tingut Barcelona del 2000 al 2003, pel que fa a les despeses dels turistes internacionals amb targeta Visa i Mastercard

BARCELONA - DESPESES DE TURISTES INTERNACIONALS AMB TARGETES DE CRÈDIT VISA I MASTERCARD



Cristmas Shopping a Barcelona

Quant arriba l'època de Nadal, el Comerç es converteix en el protagonista de l'activitat econòmica de la ciutat.

Entre els objectius de Turisme de Barcelona, en el seu vessant de les compres realitzades pels turistes i visitants estrangers, figura el d'esmortir el períodes vall o pal·liar-ne l'estacionalitat. Fins el moment, és dona la circumstància que en el rànquing mensual, els mesos de novembre i especialment desembre, les xifres ens indiquen que estem en un període de baixa temporada. Malgrat aquesta circumstància, les despeses realitzades en el comerç guanyen participació. El desembre de l'any analitzat, el comerç ha arribat a aconseguir una participació del 47,7% i és obvi que l'objectiu és que superi amb escreix aquesta xifra i que fins i tot pugui arribar a percentatges de participació superiors al 60%. El mateix cal aconseguir en períodes com les èpoques de rebaixes i molt especialment el mes de gener.

Des del punt de vista de presència internacional, cal assenyalar la campanya de Nadal portada a terme als mercats de Noruega, Dinamarca i Irlanda, entre els dies 24 i 30 de desembre. Es van escollir aquests països pel gran creixement que estaven experimentant com a clients compradors a la nostra ciutat. El creixement mig experimentat per part de Noruega, en l'any 2003, va ser del 9,17%, mentre que el d'Irlanda va ser del 38,04 % i de Dinamarca, del 22,59 %. En el mes de desembre del 2003, Noruega va créixer en un 59,36 %; Irlanda, en un 30,61%, i Dinamarca, en un 13,46%. En definitiva, la campanya Christmas Shopping in Barcelona, realitzada mitjançant anuncis als principals diaris de les capitals dels països abans esmentats, va donar un resultat força positiu, ja que es van aconseguir els objectius de mantenir i reforçar la presència de turistes compradors d'aquests països, d'alt poder adquisitiu i amb un diferencial de preus favorables a la nostra ciutat.

ELS SERVEIS

A través de l'Impost d'Activitats Econòmiques (IAE) de l'any 2003, i en concret dels epígrafs corresponents als serveis, obtenim unes dades molt significatives de la situació econòmica de Barcelona. El creixement d'aquest sector denota la seva influència en la vida econòmica de la ciutat i en conseqüència, és un dels sectors més dinàmics. Les llicències de serveis, en relació a l'any 2002, s'han incrementat, en conjunt, en un 1,59%. Quant a la superfície dels serveis, la disminució ha estat d'un -1,43. Si gairebé tots els districtes mantenen un equilibri, ha estat significatiu el reajustament de superfície del districte Sant Martí. A l'any 2002, aquest districte augmentava un 30,24% la seva superfície de serveis i en l'any 2003 ha disminuït un -20,21%. Sense aquest reajustament produït al districte Sant Martí, la superfície global dels serveis a Barcelona, hauria crescut de la mateixa manera que ho ha fet el nombre de llicències.

SERVEIS

	2002	2003	VARIACIÓ %
LLICÈNCIES	66.495	67.550	1,59
SUPERFÍCIE (m²)	12.459.767	12.280.993	-1,43

Font: IAE 2001 i 2002 Departament Estadística. Explotació Direcció Comerç i Consum

EVOLUCIÓ LLICÈNCIES SERVEIS

DISTRICTE	2000	2001	2002	VARIACIÓ % 2002-2001	2003	VARIACIÓ % 2003-2002
Ciutat Vella	4.823	5.134	5.231	1,85	5.299	1,30
Eixample	17.600	18.002	18.536	2,88	19.078	2,92
Sants-Montjuïc	5.823	5.878	5.910	0,54	5.924	0,24
Les Corts	4.133	4.173	4.251	1,83	4.332	1,91
Sarrià-Sant Gervasi	9.094	9.230	9.511	2,95	9.771	2,73
Gràcia	4.444	4.541	4.559	0,39	4.631	1,58
Horta-Guinardó	4.134	4.129	4.077	-1,28	4.055	-0,54
Nou Barris	3.888	3.941	3.933	-0,20	3.928	-0,13
Sant Andreu	3.508	3.560	3.582	0,61	3.568	-0,39
Sant Martí	6.606	6.770	6.905	1,96	6.964	0,85
Total	64.053	65.358	66.495	1,71	67.550	1,59

Font: IAE 2000, 2001, 2002 i 2003 Departament Estadística. Explotació Direcció Comerç i Consum

ELS SERVEIS

En primer lloc, el sector de serveis manifesta un lleuger increment, com s'ha comentat, en el conjunt de la ciutat, amb una especial incidència en alguns districtes. En aquest sentit, el Districte de l'Eixample esdevé el districte amb una evolució més significativa, amb un creixement del nombre de llicències d'un 2,92%. També, s'observa altres evolucions positives en els districtes de Sarrià-Sant Gervasi, Les Corts, Gràcia, Ciutat Vella, Sant Martí i Sants-Montjuïc.

Per altra banda, es consolida la concentració de determinats sectors a alguns districtes de la ciutat, com és el cas del sector de restauració, bars i hotels que manté una presència significativa als districtes de l'Eixample (23% del total) i de Ciutat Vella (16% del conjunt de la ciutat).

Alhora, el districte de l'Eixample concentra el 30% de les llicències de serveis d'ensenyament, i el 38,81% del serveis d'activitats immobiliàries i serveis a les empreses, seguit en aquest darrer sector pel districte de Sarrià-Sant Gervasi que suposa el 22,91%. El districte Sant Martí presenta la primacia en el sector de transports i comunicacions, amb un 17,64% seguit pel districte de l'Eixample amb un 16,18%.

Quant a la distribució de la superfície dels serveis, el districte de l'Eixample és el que sosté un nombre major de superfície del total, amb un 23%, seguit pels districtes de Sants-Montjuïc, amb un 17% i Sarrià-Sant Gervasi, amb un 14%. Per últim, en relació amb la concentració de superfície comercial, el sector de transports i comunicacions és el preeminent, amb un 20% del total de la superfície de la ciutat, seguit de restaurants, bars i hotels amb un 19%, i activitats immobiliàries i serveis a empreses amb un 15%.

EVOLUCIÓ SUPERFÍCIE SERVEIS (m²)

SERVEIS	2000	2001	2002	VARIACIÓ % 2002-2001	2003	VARIACIÓ % 2003-2002
Ciutat Vella	1.205.889	1.261.960	1.322.684	4,59	1.315.360	-0,55
Eixample	2.773.525	2.825.342	2.893.764	2,36	2.961.811	2,35
Sants-Montjuïc	2.394.154	2.154.643	2.172.034	0,80	2.146.843	-1,16
Les Corts	1.263.235	1.295.412	1.284.672	-0,84	1.265.109	-1,52
Sarrià-Sant Gervasi	1.631.571	1.637.002	1.643.247	0,38	1.711.284	4,14
Gràcia	619.747	614.692	614.812	0,02	612.482	-0,38
Horta-Guinardó	443.594	447.317	447.241	-0,02	451.501	0,95
Nou Barris	271.099	300.214	306.494	2,05	314.146	2,50
Sant Andreu	400.510	415.405	446.136	6,89	442.249	-0,87
Sant Martí	954.347	926.894	1.328.683	30,24	1.060.208	-20,21
Total	11.957.673	11.878.881	12.459.767	4,66	12.280.993	-1,43

Font: IAE 2000, 2001, 2002, 2003 Departament Estadística. Explotació Direcció Comerç i Consum

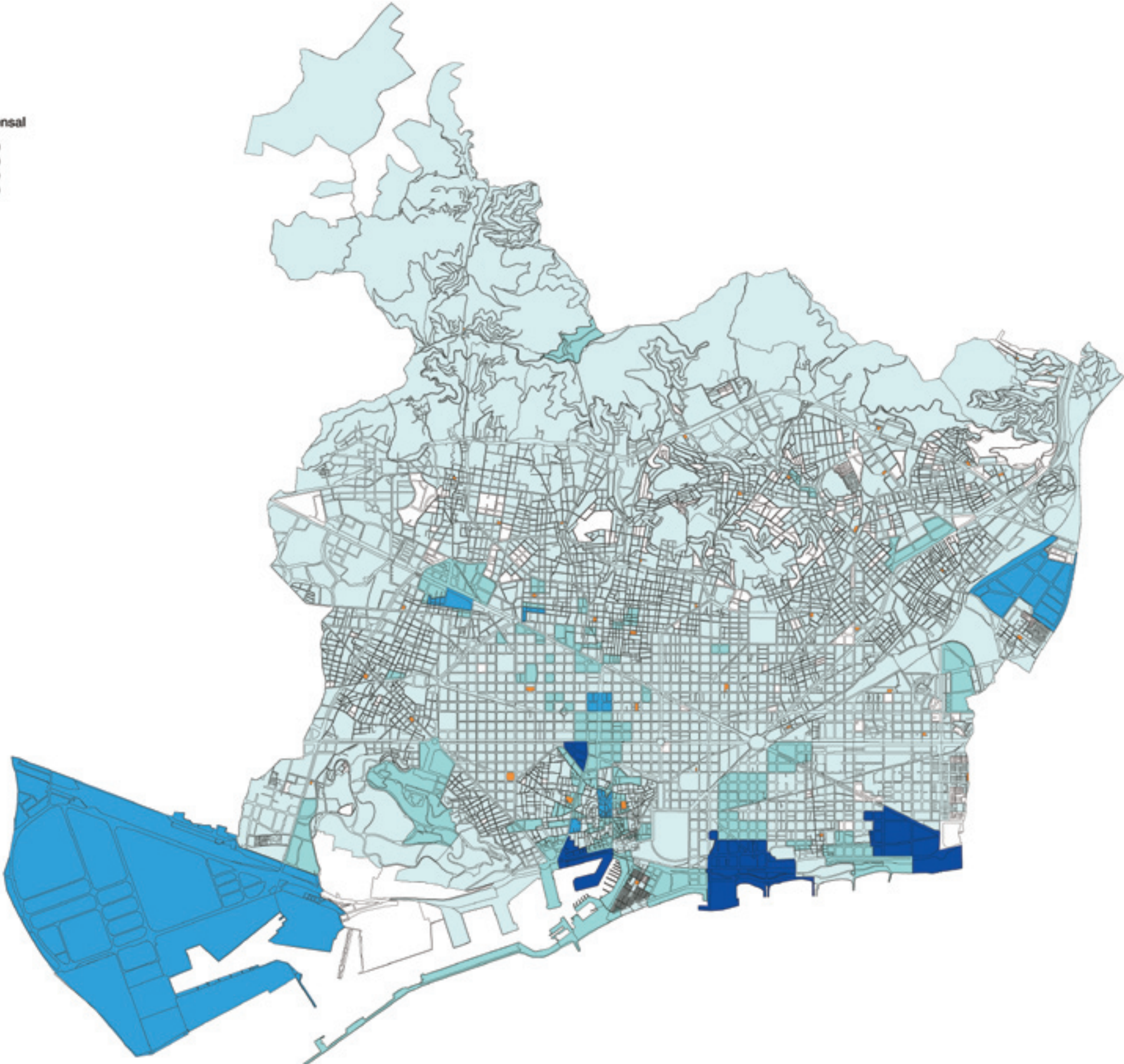
SERVEIS I

Restaurants
Bars
Hotels

 **MERCATS**

Llicències per secció censal





	de 1 a 15	(1697)
	de 15 a 30	(81)
	de 30 a 45	(7)
	més de 45	(4)

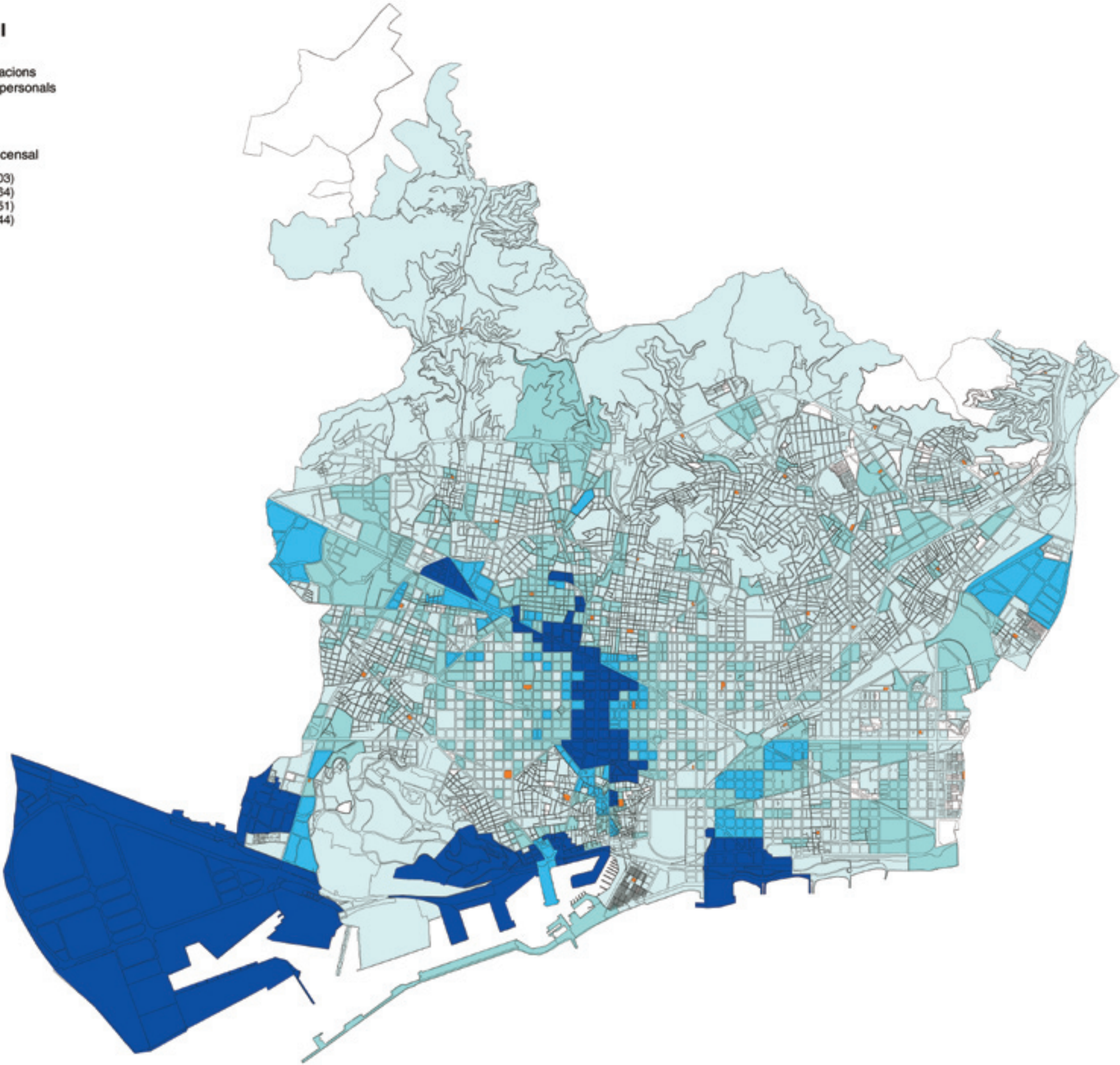


SERVEIS II
Reparacions
Transports i comunicacions
Altres serveis culturals i personals

 **MERCATS**

Llicències per secció censal

	de 1 a 15	(1403)
	de 15 a 30	(364)
	de 30 a 45	(51)
	més de 45	(44)

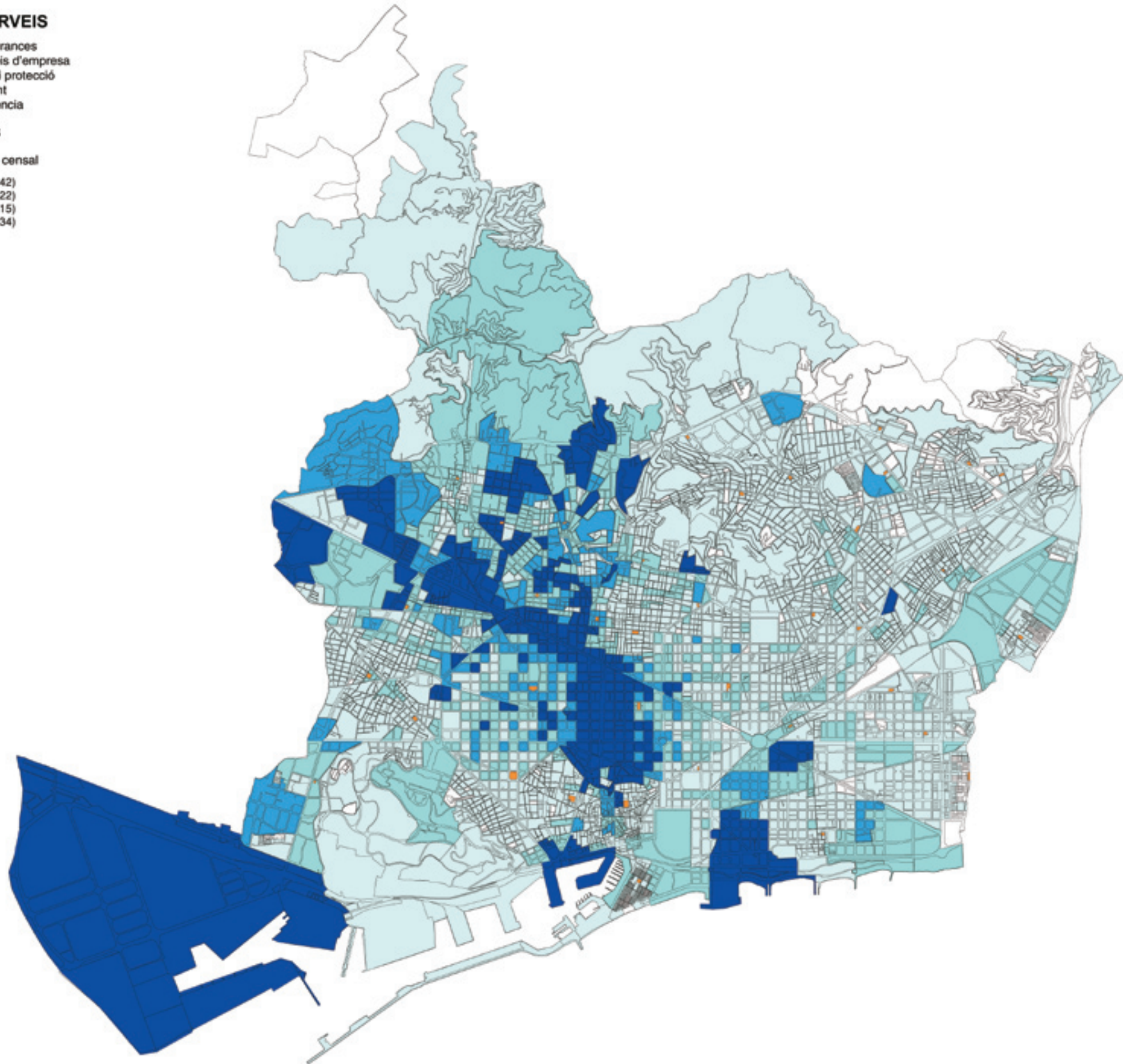


RESTA DE SERVEIS
Finances i assegurances
Ac. immobiliàries i serveis d'empresa
Manteniment, neteja i protecció
Ensenyament
Sanitat i assistència

 **MERCATS**

Llicències per secció censal

	de 1 a 15	(1242)
	de 15 a 30	(322)
	de 30 a 45	(115)
	més de 45	(134)



TENDÈNCIES I PERSPECTIVES

L'economia internacional es troba en una fase de recuperació i és de difícil previsió saber si aquesta bona etapa continuarà a llarg termini. Els factors indiquen avanços notables a les borses, baixa inflació, tipus d'interès en mínims i política monetària laxa.

L'encariment del petroli per la situació d'inestabilitat internacional provocada per la invasió de l'IRAQ, per part dels Estats Units i els seus aliats; el greu endeutament de l'economia americana i l'estancament dels creixements a Europa, així com, l'ampliació de la Unió Europea, ens porta a una situació d'expectatives incertes i de grans riscos en les previsions de futur.

Els Estats Units és el país que ha impulsat aquesta recuperació mundial, degut a la retallada dels tipus d'interès, les rebaixes fiscals i la depreciació del dòlar, el que indica que el creixement està assegurat, encara que no aconsegueix crear ocupació ni apareixen senyals d'inflació, degut a l'extraordinari avanç de la productivitat, que ha de mantenir preus i contenir els costos laborals per l'alta competència dels països asiàtics: la Xina i l'Índia. La Xina s'ha convertit en el quart exportador mundial i en el primer receptor d'inversió estrangera, aquesta vitalitat ha arribat a l'economia japonesa, que la fa sortir de l'estancament.

Per altra banda, l'economia europea en contraposició amb les economies nord-americana i asiàtica no avança al mateix ritme. La zona euro mostra resistència per sortir de l'estancament i aconseguir una recuperació satisfactòria. Factors que han influït: dificultat del consum privat i l'apreciació de l'euro enfront del dòlar, que afecta negativament el creixement de les exportacions. Aquesta situació ha portat a una retallada dels tipus d'interès per part del Banc Central Europeu (BCE), per frenar l'apreciació de l'euro. Aquest tipus d'interès en nivells baixos ha afavorit l'entrada d'inversors a les borses i ha prolongat la fase de pujades dels últims mesos del 2003.

TENDÈNCIES I PERSPECTIVES

L'economia espanyola presenta uns resultats més favorables que la resta dels països de la zona euro:

- Producte Interior Brut del 2,4% enfront del 0,55 de la zona euro.
- Manteniment del consum, l'índex del comerç al detall i les vendes de turismes confirmen la tònica favorable i una millora de l'índex de confiança dels consumidors.
- Producció industrial frenada per les importacions, però, la construcció i els serveis segueixen un ritme favorable.
- Resultats favorables de l'IPC, l'augment interanual al desembre del 2003 va ser del 2,6%, gràcies a la revaluació de l'euro, moderació del cost del petroli, importat i reculada dels preus de l'electrònica i l'audiovisual de consum, i les importacions a baix preu del sector tèxtil i confecció.

L'economia catalana ha crescut un 2,1%, una taxa favorable en comparació amb l'entorn desfavorable per la feblesa de l'economia europea. A l'analitzar els factors cal destacar:

- Represa de les exportacions i de la inversió en béns d'equipament.
- Evolució positiva de la producció del sector industrial, al presentar una millora més destacada en comparació amb un any enrere.
- Ritme expansiu, superior al que presenten la resta del territori, del sector de la construcció i els serveis, que fa pensar que es mantindrà fins la tardor del 2004.
- Valoració positiva per part dels empresaris sobre l'evolució dels seus negocis, encara que alguns indicadors aconsellen prudència.

L'economia catalana segueix amb la disminució que va començar l'any 1998, el creixement ha estat un 2,1%, tres dècimes per sota de l'economia espanyola. No obstant, les dues economies, la catalana i l'espanyola, han assolit uns resultats més positius que el conjunt de la Unió Europea, que només ha crescut un 0,4%.

D'una banda, en l'oferta, el sector amb més creixement ha estat la construcció (3,5%), seguit pels serveis (2,3%), la indústria ha crescut mínimament, un 0,5%. El creixement negatiu l'ha tingut l'agricultura -4,1%.

D'altra banda, en la demanda, el creixement del PIB s'ha assolit pel consum públic (3,7%) i la inversió (3,2%).

A aquests aspectes, cal afegir l'augment de població catalana, arribant a 6,7 milions de persones, el que suposa un creixement del 3% respecte de l'any 2002. Aquest creixement demogràfic ha vingut donat per l'augment de la taxa de natalitat i el creixement dels fluxos immigratoris, col·lectiu jove i en edat laboral, el que repercuteix en el mercat de treball, situant-se la taxa d'activitat en el 59,3%, percentatge similar al de la UE.

TENDÈNCIES I PERSPECTIVES

Respecte a l'economia de Barcelona, l'any 2003 ha estat satisfactori quant al sector terciari i la construcció i amb més dificultats per a l'activitat industrial. Alhora, l'economia de la ciutat ha demostrat la seva capacitat de crear ocupació, i en conseqüència, poder absorbir l'increment de la població activa. El turisme ha augmentat la seva oferta d'establiments, assolint uns màxims històrics, i també ha augmentat el nombre de visitants, sent aquest sector un dels més dinàmics de l'economia de la ciutat. També ha beneficiat al sector comercial, al resultar un dels sectors més afavorit per l'augment de nombre de visitants.

Per altra banda, els factors a tenir en compte, que influiran en el futur de l'economia de Barcelona són: el procés de des-localització de teixit productiu, tant industrial com terciari, la pèrdua de competitivitat, accentuada per l'enfortiment de l'euro i l'excessiva dependència de la construcció, i la demanda interna de consum, pel que fa al creixement del PIB.

Finalment, les accions municipals de suport al sector comercial, seguiran la seva trajectòria de potenciar els eixos comercials o centres comercials urbans a cel obert, per tal d'enfortir el comerç de barri, molt arrelat al comerç barceloní.